

TESIS
EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA (DISKOMINFO) KOTA BATU TERHADAP APLIKASI
BATU AMONG TANI TEKNOLOGI (BATT) DALAM PROGRAM
***SMART CITY* KOTA BATU**



NISA'ATIN KHUSAIDAH
071824853004

PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022

**EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA (DISKOMINFO) KOTA BATU TERHADAP APLIKASI
BATU AMONG TANI TEKNOLOGI (BATT) DALAM PROGRAM
SMART CITY KOTA BATU**



TESIS

Untuk memperoleh Gelar Magister
Dalam Program Studi Media dan Komunikasi
Pada Program Magister Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Oleh:

Nisa'atin Khusaidah
071824853004

**PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENULISAN TESIS INI TELAH DISETUJUI
PADA TANGGAL 27 OKTOBER 2022

OLEH:
PEMBIMBING KETUA



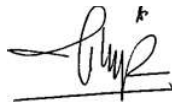
Dr. Ratih Puspa, S. Sos., MA., PhD
NIP. 197109191999032002

PEMBIMBING KEDUA



Dr. Liestianingsih Dwi D, Dra., M.Si.

MENGETAHUI
KETUA PROGRAM STUDI
S-2 MEDIA DAN KOMUNIKASI



Yuyun Wahyu Izzati S, S. Sos., MA., PhD
NIP. 197108051997022001

HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS

Telah diuji pada

Tanggal **18 Oktober 2022**

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua : Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D.



Anggota : 1. Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D.



2. Dr. Liestianingsih Dwi D, Dra., M.Si.



3. Dr. Santi Isnaini, S. Sos, M.M



4. Dr. Danang Tandyonomanu, S. Sos., M. Si.



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi penulisan Tesis ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi penulisan Tesis.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Gresik, 13 September 2022



(Nisa'atin Khusaidah)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, puji syukur diucapkan atas kehadiratnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “**Evaluasi Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Batu terhadap Aplikasi Batu Among Tani Teknologi (BATT) dalam Program *Smart City* Kota Batu**”. Selanjutnya, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi dan Rasul akhir zaman, suri taulatan bagi seluruh umat manusia yakni Nabi Muhammad SAW.

Adapun tesis ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Magister Media dan Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bekal ilmu pengetahuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, Tesis ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. **Prof. Dr. Mohammad Nasih, SE., MT., Ak., CMA** selaku Rektor Universitas Airlangga
2. **Prof. Dr. Bagong Suyanto., Drs., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga
3. **Yuyun Izzati, S.Sos., MA., PhD** selaku Ketua Program Studi Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

4. **Dr. Ratih Puspa, S. Sos, MA, PhD** selaku dosen pembimbing pertama dan **Dr. Liestianingsih Dwi D, Dra., M.Si.** selaku dosen pembimbing kedua yang dengan sabar telah membimbing, meluangkan waktu, berbagi ilmu, dan memberikan dukungan serta saran yang sangat bermanfaat, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
5. **Tim Penguji yakni Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D., Dr. Santi Isnaini, S. Sos, M.M, dan Dr. Danang Tandyonomanu, S. Sos., M. Si.** yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak masukan untuk perbaikan Tesis ini.
6. **Seluruh staf pengajar Program Studi Media dan Komunikasi** atas dedikasinya dalam memberikan ilmu serta dukungan selama menempuh perkuliahan.
7. **Seluruh staf pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga** yang telah memberikan pelayanan dan bantuannya selama masa perkuliahan.
8. **Kedua orang tua, Khusairi dan Farida Ulfa** yang telah memberikan do'a, dukungan, semangat, dan kasih sayang kepada penulis selama perjalanan kuliah hingga terselesaikan Tesis ini.
9. **M. Jefri Darmawan**, suami tercinta sekaligus rekan diskusi penulis yang sangat sabar dan senantiasa memberikan semangat serta masukan selama proses penulisan Tesis ini.
10. **Shafiyah Azalea Huwaida**, anak tersayang yang menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan Tesis ini.

11. **Para informan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Batu, Dinas Pariwisata Kota Batu, Sekretaris Kecamatan Batu Kota Batu, Kepala Seksi Kesejahteraan Rakyat Desa Giripurno Kota Batu, dan Gerakan Kelompok Tani Desa Giripurno Kota Batu, serta wisatawan umum** yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pernyataan guna kelancaran proses penyelesaian Tesis ini.

12. **Rekan-rekan dari angkatan 2018 genap** yang saling mengingatkan dan semangat satu sama lain untuk segera menyelesaikan proses perkuliahan.

Terakhir, kepada pihak-pihak yang belum disebutkan, terima kasih atas dukungan dan do'a yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan penelitian ini.

Gresik, 13 September 2022



(Nisa'atin Khusaidah)

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus untuk membahas tentang evaluasi strategi komunikasi sebagai upaya Diskominfo Kota Batu dalam mengkomunikasikan Aplikasi Batu Among Tani Teknologi (BATT) pada program *Smart City* di Kota Batu serta respon pihak eksternal, terlebih masyarakat Kota Batu terhadap Aplikasi BATT yang telah dikomunikasikan oleh pihak Diskominfo Kota Batu. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Batu dalam mengkomunikasikan Aplikasi Batu Among Tani Teknologi (BATT) pada program *Smart City* Kota Batu dan untuk mengetahui respon dari *stakeholder*, terlebih masyarakat Kota Batu terhadap Aplikasi BATT yang telah dikomunikasikan tersebut.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe evaluatif serta metode studi kasus pada penelitian ini. Informan dalam penelitian berjumlah 9 orang yang terdiri dari 3 orang informan dari Diskominfo Kota Batu dan 6 orang dari *stakeholder*, mulai dari Sekretaris Kecamatan, perwakilan perangkat desa, perwakilan dinas, dan anggota dari Gerakan Kelompok Tani (Gapoktan) salah satu desa di Kota Batu, serta wisatawan umum. Teknis analisis data yang digunakan adalah model interaktif dari Miles dan Huberman dengan melakukan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber data dan triangulasi metode.

Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan konsep Strategi Komunikasi dari Hafied Cangara (2014) untuk mengetahui strategi komunikasi Diskominfo Kota Batu yang selanjutnya akan dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap strategi komunikasi yang telah dilakukan dan indikator dari Karakteristik Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003) dalam Teori Difusi Inovasi untuk mengetahui respon masyarakat terhadap Aplikasi BATT pada program *Smart City* di Kota Batu. Adapun hasil penelitian yang didapatkan adalah strategi komunikasi Diskominfo Kota Batu dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang dalam penyusunannya terdiri dari 5 tahapan yakni penetapan komunikator, penentuan target penerima pesan, penyampaian pesan, penggunaan media, dan tahap evaluasi. Namun, pada praktiknya terdapat beberapa temuan yang harus diperbaiki. Pertama adalah pelaksanaan komunikasi dan pendekatan secara langsung ke pihak-pihak yang berhubungan dengan program, terlebih ke masyarakat, belum dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Selain itu, tidak adanya proses evaluasi secara detail dari strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Selanjutnya adalah tidak adanya sinergi dan integrasi antara dinas satu dan lainnya yang menjadi pelaksana program-program *Smart City* Kota Batu.

Adapun Aplikasi BATT dalam program *Smart City* Kota Batu ini juga belum mendapat respon yang baik dari *stakeholder*, terlebih masyarakat Kota Batu. Aplikasi BATT dalam program *Smart City* Kota Batu dirasa belum memberikan keuntungan atau dampak yang besar bagi masyarakat, bahkan pengetahuan masyarakat terhadap aplikasi tersebut masih rendah sekali. Selain itu, aplikasi tersebut menimbulkan banyak pertentangan dimasyarakat karena belum sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci: Evaluasi, Strategi Komunikasi, Aplikasi BATT *Smart City* Kota Batu, Respon Masyarakat

ABSTRACT

This study focuses on discussing the evaluation of communication strategies as an effort by the Batu Among Tani Technology (BATT) Diskominfo to socialize the Batu Among Tani Teknologi (BATT) application in the Smart City program in Batu City and the response of external parties, especially the community of Batu City to the BATT application that has been socialized by the Diskominfo. The purpose of this study is to evaluate the communication strategy carried out by Diskominfo in disseminating the Batu Among Tani Teknologi (BATT) application in the Batu Smart City program and to find out the response from stakeholders, especially the community of Batu City to the BATT application that has been socialized.

Researchers used qualitative research methods with evaluative types and case study methods in this study. There were 9 informants in the study consisting of 3 informants from the Diskominfo of Batu City and 6 people from stakeholders, starting from the District Secretary, representatives of village officials, representatives of the service, and members of the Farmers Group Movement (Gapoktan) one village in Batu City, as well as general tourists. The data analysis technique used is an interactive model from Miles and Huberman by testing the validity of the data through triangulation of data sources and triangulation of methods.

In conducting data analysis, the researcher used the concept of Communication Strategy from Hafied Cangara (2014) to find out the communication strategy of the Diskominfo which will then be used as an evaluation material for the communication strategy that has been carried out and indicators of the Innovation Characteristics proposed by Rogers (2003) in Theory Diffusion of Innovation to find out the community's response to the BATT Application in the Smart City program in Batu City. The results of the research obtained are that the communication strategy of the Batu City Diskominfo is carried out through socialization activities which in its preparation consist of 5 stages, namely the determination of the communicator, determining the target recipient of the message, delivering the message, using the media, and the evaluation stage. However, in practice there are some findings that need to be improved. First, the implementation of direct communication and approach to parties related to the program, especially to the community, has not been carried out consistently and sustainably. In addition, there is no detailed evaluation process of the communication strategy that has been implemented. Next is the lack of synergy and integration between one service and another that implements the Batu Smart City programs.

The BATT application in the Batu Smart City program has also not received a good response from stakeholders, especially the people of Batu City. The BATT application in the Batu Smart City program has not yet provided a big benefit or impact for the community, even the public's knowledge of the application is still very low. In addition, the application has caused a lot of conflict in the community because it has not been in accordance with the needs of the community.

Keywords: Evaluation, Communication Strategy, BATT Application of Batu Smart City, Community Response

RINGKASAN PENELITIAN

EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) KOTA BATU TERHADAP APLIKASI BATU AMONG TANI TEKNOLOGI (BATT) DALAM PROGRAM *SMART CITY* KOTA BATU

Oleh: Nisa'atin Khusaidah (NIM 071824853004)

Penelitian ini berfokus untuk membahas tentang evaluasi strategi komunikasi sebagai upaya Diskominfo Kota Batu dalam mengkomunikasikan Aplikasi Batu Among Tani Teknologi (BATT) pada program *Smart City* Kota Batu serta respon dari *stakeholder*, terlebih masyarakat Kota Batu terhadap Aplikasi BATT yang telah dikomunikasikan oleh pihak Diskominfo Kota Batu. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Batu terhadap Aplikasi Batu Among Tani Teknologi (BATT) pada program *Smart City* Kota Batu dan untuk mengetahui respon dari *stakeholder*, terlebih masyarakat Kota Batu terhadap Aplikasi BATT pada program *Smart City* yang telah dikomunikasikan tersebut.

Kota menjadi entitas yang menarik perhatian banyak peneliti. Tidak hanya karena kota memiliki dinamika perubahan yang begitu cepat. Akibatnya kota semakin menghadapi tantangan yang luar biasa besar dan kompleks terkait dengan fasilitas yang diberikan kepada warganya. Kebutuhan-kebutuhan mendasar seperti kesehatan, pendidikan, transportasi umum, sehingga warga kota merasakan keamanan, kenyamanan, dan kebahagiaan tinggal di kotanya harus dipenuhi

pengelola kota. Dengan demikian, sebuah kota juga akan menghadapi tantangan dengan kompleksitas yang signifikan seperti isu yang berkaitan dengan perencanaan strategis jangka panjang, tata kelola pemerintahan, penyeimbangan penyediaan infrastruktur dasar dan infrastruktur *smart* secara bersamaan, tuntutan sumber daya keuangan yang memadai guna membiayai setiap pembangunan dan perbaikan kota, dan lain sebagainya. Seiring berjalannya waktu, lahirlah sebuah konsep kota pintar atau *Smart City* yang merupakan pengelolaan wilayah kota dengan menjadikan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana tata kelola sehari-hari yang terintegrasi dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, memperbaiki pelayanan publik, serta meningkatkan kesejahteraan warga. Integrasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan *Internet of Things* (IoT) yang merupakan jaringan perangkat elektronik yang saling terhubung dan mampu mengirimkan data sekaligus memberikan *feedback* antar pihak yang terlibat.

Konsep *Smart City* semakin berkembang di seluruh belahan dunia, termasuk juga di Indonesia. Pemerintah RI mengembangkan konsep *smart city* yang diwujudkan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) melalui “Gerakan Menuju 100 *Smart City*” periode 2017 hingga 2019. Proses penilaian yang dilakukan diawali dengan mengundang 107 kota atau kabupaten. Setelah itu, setiap kota atau kabupaten dinilai dari segi kesiapan infrastruktur, suprastruktur dan visi dari masing-masing pemimpin daerah. Proses penilaian tersebut dilakukan oleh para praktisi dan akademisi yang terlibat di program “Gerakan Menuju 100 *Smart City*” tersebut. Setiap kota atau kabupaten yang lolos dalam program “Gerakan Menuju 100 *Smart City*” Kemkominfo RI dipastikan memiliki *Master Plan* dan sudah memenuhi kriteria

penilaian sebagai *Smart City* di Indonesia. Salah satunya yang menarik perhatian adalah kota yang memiliki inovasi *quick win smart city* yaitu Kota Batu. Kota Batu lolos pada tahun ketiga atau tahun terakhir yakni tahun 2019 dalam program Kemkominfo RI tersebut.

Dengan bergabungnya kota Batu sebagai 100 *smart city* di Indonesia, tentunya kota Batu akan menjadi *role model smart city* bagi daerah lain sesuai dengan tipologi daerahnya. Dalam mewujudkan hal-hal tersebut, Wali Kota berkeja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Batu sebagai penanggung jawab / *leading* program dengan membuat program berbasis teknologi digitalisasi sesuai dengan konsep *smart city* dengan dibuat sebuah aplikasi Batu Among Tani Teknologi (BATT) demi terciptanya pelayanan masyarakat secara efektif dan efisien. Aplikasi BATT tersebut berisi tiga aplikasi unggulan yakni Among Kota, Among Tani, dan Among Warga dengan fungsi yang berbeda-beda. Pertama adalah aplikasi Among Kota yang berguna sebagai sumber informasi seputar kota wisata Batu sehingga di dalamnya terdapat berbagai informasi tentang berita terkatual kota Batu, *event*, tempat-tempat wisata, rute transportasi umum, kontak darurat, dan beberapa fitur lain yang berguna bagi wisatawan. Kedua adalah aplikasi Among Warga yang digunakan sebagai sarana penyampaian aspirasi warga masyarakat kepada pihak pemerintahan terkait keadaan yang sedang terjadi di kota Batu supaya dapat segera ditindaklanjuti oleh pihak atau dinas yang berwenang. Ketiga adalah aplikasi Among Tani yang khusus bergerak di bidang pertanian dan berfungsi sebagai aplikasi yang menunjukkan hasil dari produk-produk pertanian kota Batu. Dalam aplikasi tersebut juga dilengkapi dengan informasi terkait harga jual supaya dapat

menjembatani petani sebagai pemasar produk kepada pembeli secara *online*. Dengan begitu, aplikasi tersebut dapat digunakan oleh petani sebagai penjual, warga umum sebagai pembeli, dan ahli pertanian sebagai penyedia informasi dalam forum diskusi tani yang juga disediakan dalam aplikasi tersebut.

Dalam menerapkan *Smart City*, tentunya banyak perencanaan yang harus dipikirkan secara matang dan seksama. Bukan hanya sebuah perencanaan, namun juga pelaksanaan atau implementasinya. Salah satu yang harus direncanakan dan dilaksanakan dengan baik adalah strategi komunikasi sebagai upaya untuk mendukung adanya program *Smart City* di Kota Batu. Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh dalam sebuah komunikasi untuk mencapai efek yang diinginkan. Mengingat *Smart City* merupakan sebuah inovasi baru di Kota Batu yang tentunya diperlukan adanya proses komunikasi ke pihak-pihak tertentu, terlebih masyarakat sebagai sasaran utama dari adanya program tersebut. Tanpa adanya keterlibatan masyarakat, maka program tersebut tidak akan berjalan dengan maksimal. Oleh karena itu, proses penyampaian informasi ke public merupakan hal yang penting untuk dapat mendukung program *Smart City* di Kota Batu. Dengan adanya sebuah proses komunikasi, tentu akan terciptanya pemahaman dan penerimaan dari masyarakat terhadap program *Smart City* beserta ketiga aplikasi sebagai penunjangnya, sehingga dalam penerapannya pun akan jauh lebih mudah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Adapun proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*In Depth Interview*) dan dokumentasi. Dalam penelitian ini terdapat 9 orang informan yang terdiri dari 3 orang informan dari pihak Diskominfo Kota

Batu dan 6 orang informan lainnya dari *stakeholder*, mulai dari Sekretaris Kecamatan, perwakilan perangkat desa, perwakilan dinas, dan anggota dari Gerakan Kelompok Tani (Gapoktan) salah satu desa di Kota Batu, serta wisatawan umum. Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan konsep strategi komunikasi dari Hafied Cangara (2014) yang terdiri dari 5 tahapan yaitu penetapan komunikator, penentuan target penerima pesan, penyampaian pesan, penggunaan media, dan evaluasi. Selain itu, peneliti juga menggunakan indikator dari karakteristik inovasi dalam Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003) yakni *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Diskominfo dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang dalam prosesnya diimplementasikan melalui 5 tahapan. Pertama adalah penetapan komunikator. Diskominfo secara spesifik memilih komunikator berdasar kepada tiga faktor yaitu kredibilitas, daya tarik dan *power*. Lalu, komunikator yang kemudian yang menjadi mitra oleh Diskominfo adalah dinas-dinas terkait, perangkat desa serta tokoh-tokoh masyarakat yang dekat dengan masyarakat Kota Batu itu sendiri. Kedua adalah penentuan target penerima pesan. Masyarakat dalam program ini merupakan sasaran dari informasi yang akan diberikan oleh Diskominfo terkait sosialisasi program dan informasi mengenai proses realisasi *smart city*. Ketiga adalah penyampaian pesan. Penyampaian pesan yang dilakukan dapat terjadi secara langsung atau menggunakan perantara media. Kedua hal ini yang digunakan oleh Diskominfo dalam menyampaikan pesan dari program komunikasi yang telah direncanakan. Dalam penyampaian pesan, Pemerintah Kota melalui Diskominfo

mengemas sebuah pesan dan pesan yang disampaikan oleh mereka kepada masyarakat harus bernilai positif dan berisi informasi yang relevan. Namun tidak hanya bersifat informatif, isi pesannya juga dapat mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam program *smart city* Kota Batu, terlebih dalam memanfaatkan Aplikasi BATT sebagai penunjang program tersebut. Tahapan selanjutnya adalah penggunaan media. Penyampaian pesan yang dilakukan selain melalui tatap muka juga dengan bantuan media lain, mulai dari media cetak dan media sosial. Pada media cetak menggunakan spanduk, brosur, dan juga banner. Sedangkan di media sosial ada Facebook (Pemerintah Kota Batu), dan Twitter (@kominfatukota, serta Instagram (@pemkotbatu_official). Tahapan terakhir adalah evaluasi. Dalam hal ini, Diskominfo Kota Batu belum ada sebuah indikator untuk mengukur secara rinci kinerja atau program komunikasi yang telah dilakukan, terutama untuk program *Smart City*. Proses evaluasi Diskominfo Kota Batu dalam hal ini terhadap strategi komunikasi yang dilakukan untuk mendukung program *Smart City* hanya melihat kesesuaian antara sasaran komunikasi dan prosesnya sudah berjalan, itu tandanya strategi yang dilakukan sudah berhasil.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan sosialisasi sebagai strategi komunikasi Diskominfo tersebut, pada praktiknya terdapat beberapa temuan. Pertama adalah pelaksanaan komunikasi dan pendekatan secara langsung ke pihak-pihak yang berhubungan dengan program, terlebih ke masyarakat, belum dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan, mengingat proses komunikasi secara tatap muka tidak cukup dengan dilakukan satu atau dua kali saja karena adanya keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi oleh masyarakat Kota Batu apabila proses

komunikasi tersebut banyak disampaikan melalui media *online*. Selain itu, tidak adanya proses evaluasi secara detail dari strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Pihak Diskominfo merasa bahwa apabila pesan yang disampaikan sudah sesuai dengan target yang telah ditentukan, maka strategi komunikasi dianggap sudah berhasil. Sedangkan pada praktiknya masih banyak yang harus diperbaiki dan banyak pihak-pihak yang berhubungan dengan program serta masyarakat Kota Batu memahami belum memahami dengan baik tentang program *Smart City* di Kota Batu, terlebih Aplikasi BATT sebagai penunjang program tersebut. Selanjutnya adalah tidak adanya sinergi dan integrasi antara dinas satu dan lainnya yang menjadi pelaksana program-program *Smart City* Kota Batu.

Hasil penelitian selanjutnya adalah mengenai respon masyarakat terhadap Aplikasi BATT dalam program *Smart City* yang telah disosialisasikan oleh Diskominfo Kota Batu. Pertama yakni tentang *Relative Advantage*. Aplikasi BATT dalam program *Smart City* di Kota Batu dirasa cenderung belum memberikan dampak yang positif bagi masyarakat, justru sebaliknya menjadi sebuah media yang tidak lebih unggul daripada media dari program yang lebih dahulu direalisasikan. Di sisi lain, dalam program *smart city* ini, selain Pemerintah Kota Batu, masyarakat juga perlu berperan aktif dalam memanfaatkan program ini. Akan tetapi pada kondisi yang saat ini terjadi, terdapat sebuah ketidaktahuan dari masyarakat terhadap program tersebut, terlebih aplikasi yang ada di dalamnya. Kedua adalah *Compatibility*. Kesesuaian *smart city* dalam hal ini bersinggungan dengan berbagai aspek, baik sosial, budaya, maupun aspek lainnya. Namun yang terjadi di Kota Batu, justru diluar perkiraan, bahwa interpretasi kota dengan penghargaan dalam bidang *smart city* justru terdapat hal

yang bertolak belakang, dalam hal ini dalam unsur kesesuaian. Penerapan *Smart city* di Kota Batu ternyata mendapat pertentangan. Hal tersebut lantaran berbanding terbalik dengan kondisi yang seharusnya dapat berjalan beriringan. Banyak harapan dan ekspektasi yang disandarkan pada program ini, akan tetapi pada implementasinya masih jauh dari perencanaannya. Selanjutnya adalah *complexity*. Satu hal yang paling dirasa menyulitkan adalah menghadirkan budaya baru kehidupan berbasis teknologi di kalangan masyarakat selaku pengguna aplikasi. Bagi golongan generasi muda, hal tersebut bisa jadi tidak mendapati masalah berarti, akan tetapi bagi masyarakat yang sudah berusia lanjut yang tidak akrab dengan teknologi, khususnya yang ada di kalangan pegiat wisata dan pertanian tentunya cukup sulit dengan cepat berbaur dengan hal baru yang mereka harus sesuaikan. Berikutnya adalah *trialability*. Yang sudah dilakukan di Kota Batu ternyata hanya sebatas sosialisasi satu arah, seperti halnya metode seminar/pengajaran. Proses uji coba program tidak lain serupa dengan alih pengetahuan saja dari pelatih ke peserta, sehingga dimungkinkan hanya kendala seputar hal-hal yang disampaikan pelatih yang akan dibahas, tidak ada kendala yang alami dari masyarakat selama mereka mencoba sendiri aplikasinya. Terakhir adalah *observability*. Dalam hal ini, Aplikasi BATT dalam program *Smart City* ini belum dapat dirasakan hasilnya secara maksimal di Kota Batu. Ketiga aplikasi yang ada dirasa masih sukar diamati hasilnya, sehingga penerimaan masyarakat Kota Batu juga tentu akan lama. Selain itu, pemahaman masyarakat Kota Batu, bahkan di tingkat perangkat kecamatan terhadap program *Smart City* masih minim sekali. Dengan adanya pemahaman yang rendah, tentunya penerimaan serta penerapan program pun juga dapat dikatakan rendah. Di sisi lain, sebuah program

tidak dapat berjalan maksimal apabila tidak adanya pemahaman serta penerimaan dari masyarakat. Oleh karena itu, hasil atau dampak dari adanya program *Smart City* di Kota Batu ini juga tentu tidak dapat diamati maupun dirasakan kalau masyarakatnya saja belum memahami, apalagi menerima dengan baik.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Aplikasi BATT dalam program *Smart City* Kota Batu ini juga belum mendapat respon yang baik dari pihak *stakeholder*, terlebih masyarakat Kota Batu. Program *Smart City* Kota Batu, terlebih dari aplikasi BATT atau yang menjadi aplikasi utama yakni Among Kota, Among Warga, dan Among Tani dirasa belum memberikan keuntungan atau dampak yang besar bagi masyarakat, bahkan pengetahuan masyarakat terhadap program tersebut masih rendah sekali, sedangkan sebagai sebuah inovasi baru, program *Smart City* ini seharusnya dapat menjadi peluang yang baik untuk sektor-sektor yang ada di Kota Batu, seperti pertanian, pariwisata, pelayanan publik, dan lain sebagainya. Selain itu, ketiga aplikasi tersebut menimbulkan banyak pertentangan dimasyarakat karena belum sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dapat dikatakan juga aplikasi yang dalam proses pembuatannya cukup menguras biaya, namun belum ada manfaat yang dapat dirasakan secara maksimal. Sehingga program *Smart City* yang merupakan program besar di Kota Batu justru belum bisa memberikan hasil yang besar pula, dibuktikan dengan respon masyarakat terhadap program tersebut yang masih kurang baik.

Sebagai kesimpulan, saat ini *Smart city* memang sedang menjadi sebuah *trend* di Indonesia. Harapannya, hal ini bukan hanya sebagai bentuk gengsi untuk dapat disebut sebagai kota cerdas, namun *smart city* adalah sebuah langkah yang

hebat dalam memajukan kota dalam suatu negara dengan basis teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Namun, penerapan *Smart City* di Indonesia dirasa masih belum maksimal, bahkan dapat dikatakan tertinggal apabila dibandingkan dengan penerapannya di negara lainnya, mengingat Negara Indonesia saat ini masih tergolong sebagai negara berkembang yang terkesan terlalu memaksakan adanya penerapan *Smart City* tanpa mempertimbangkan kondisi yang ada. Salah satunya adalah yang terjadi di Kota Batu. Yang menarik perhatian adalah Kota Batu termasuk kota yang memiliki wilayah tidak terlalu luas dengan masyarakat yang masih tergolong tradisional, sedangkan dalam menerapkan *Smart City* ini perlu adanya pengetahuan serta terampil dalam penggunaan teknologi. Banyak hal yang harus segera diperbaiki, mulai dari penyusunan kebijakan yang relevan, optimalisasi dari fitur-fitur dalam aplikasi pendukung yang telah dikembangkan, sinergitas antar dinas yang terlibat, serta upaya pemerintah dalam menciptakan pemahaman serta keterlibatan masyarakat Kota Batu dalam mencapai keberhasilan dari adanya *Smart City* ini.

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar

Halaman Judul Dalam

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN PENELITIAN	xi
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR BAGAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Manfaat Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Penelitian Terdahulu	19
2.1.1. Strategi <i>Cyber Public Relations</i> POLDA Jawa Timur dalam Menanggulangi Ujaran Kebencian (<i>Hate Speech</i>) di Media Sosial ...	19

2.1.2. Strategi <i>City Branding</i> Humas Pemerintah Kota Bandung sebagai <i>Smart City</i> melalui Program <i>Smart Governance</i>	20
2.1.3. Strategi <i>Branding</i> Biro Humas Kota Bogor dalam Pelaksanaan Program Bogor <i>Smart City</i>	21
2.1.4. Strategi Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Sambas dalam Meningkatkan Citra Kabupaten	22
2.1.5. Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Blora Menuju <i>Smart City</i>	23
2.1.6. Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Kupang dalam Mensosialisasikan Program <i>Smart City</i>	24
2.1.7. Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program <i>Smart City</i>	25
2.2. <i>Government Public Relations</i>	26
2.3. Strategi Komunikasi <i>Government Public Relations</i>	30
2.4. Evaluasi.....	37
2.5. <i>Smart City</i>	40
2.5.1. <i>Smart City</i> dan Teknologi Komunikasi.....	62
2.6. Difusi Inovasi.....	66
2.6.1. Karakteristik Inovasi.....	69
2.6.1.1. <i>Relative Advantage</i>	69
2.6.1.2. <i>Compatibility</i>	70
2.6.1.3. <i>Complexity</i>	71
2.6.1.4. <i>Trialability</i>	72
2.6.1.5. <i>Observability</i>	72

2.7. Kerangka Pemikiran.....	73
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	78
3.1. Metodologi Penelitian.....	78
3.2. Tipe Penelitian.....	78
3.3. Metode Penelitian.....	79
3.4. Objek Penelitian	80
3.5. Subjek Penelitian.....	80
3.6. Unit Analisis Data	81
3.7. Sumber Data	82
3.8. Teknik Pengumpulan Data	83
3.9. Teknik Analisis Data.....	83
3.10. Uji Keabsahan Data	85
BAB IV GAMBARAN UMUM	87
4.1. Deskripsi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Batu ..	87
4.2. <i>Smart City</i> Kota Batu	89
4.2.1. Visi <i>Smart City</i> Kota Batu.....	94
4.2.2. Misi <i>Smart City</i> Kota Batu	97
4.3. Deskripsi Informan Penelitian.....	100
BAB V SAJIAN DAN ANALISIS DATA	103
5.1. Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Batu untuk Program <i>Smart City</i>	104
5.1.1. Penetapan Komunikator	106
5.1.2. Penentuan Target Penerima Pesan.....	108
5.1.3. Penyampaian Pesan	110

5.1.4. Penggunaan Media.....	112
5.1.5. Evaluasi.....	115
5.2. Respon Masyarakat Kota Batu terhadap Program <i>Smart City</i> Kota Batu	122
5.2.1. <i>Relative Advantage</i>	124
5.2.2. <i>Compatibility</i>	128
5.2.3. <i>Complexity</i>	131
5.2.4. <i>Trialability</i>	136
5.2.5. <i>Observability</i>	139
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	155
6.1. Kesimpulan.....	155
6.2. Saran	158
6.2.1. Secara Akademis.....	158
6.2.1.1. Secara Praktis.....	159
DAFTAR PUSTAKA	207
DAFTAR LAMPIRAN.....	215

DAFTAR GAMBAR

Gambar	I.1.	Tampilan Fitur “City News” Pada Aplikasi Among Kota	12
Gambar	II.1.	Pendekatan Smart City	42
Gambar	II.2.	Proses Manajemen Risiko	56
Gambar	II.3.	Model Smart City dan Pembangunan Kota Berkelanjutan	64
Gambar	II.4.	Citizen-centric of Smart City	65
Gambar	V.1.	Tangkapan Layar Twitter Pemerintah Kota Batu (@pemkotbatukota)	111
Gambar	V.2.	Penggunaan media Instagram Pemerintah Kota Batu (@pemkotbatu_official).....	112
Gambar	V.3.	Penggunaan Media Cetak (X-Banner) di Kantor Desa Giripurno Kota Batu	114

DAFTAR BAGAN

Bagan II.2. Kerangka Berpikir	77
Bagan III.1. Teknis Analisis Data	85
Bagan IV.1. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu	89