

Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Pati dalam Penerapan *Smart Governance*

Auralia Wahyu Pradipta, Agus Naryoso, Amida Yusriana
auraliawahyu@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof.H.Soedarto,S.H., Tembalang, Kota Semarang, Kode Pos 1269 Telepon (024)7465407
Faksimile (024) 7465405 Laman : <http://fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Pati Regency has been selected for the "Movement Towards 100 Smart Cities" program since 2018. However, Pati Regency is still minimal in utilizing existing technology for public services.

This study aims to describe the communication strategy of the Pati Regency Government in implementing smart governance using Anne Gregory's strategy development stages and to describe the communication strategy model used. The method used is a qualitative method with a descriptive approach. The theory used refers to the Planning Theory and strategic communication best practices model. The data collection technique used was through interviews.

The results showed that the Pati Regency Government in implementing smart governance has prepared a communication strategy in accordance with Anne Gregory's planning concept, starting from problem analysis, setting goals, public, messages, strategies and tactics, time and resource scales, as well as evaluation and review. The purpose of implementing smart governance is to realize effective and efficient public services through the use of technology. For this reason, the Pati Regency Government conducts informative and persuasive information delivery through various means (direct socialization, training, mass media publications as well as online and social media, and institutional collaboration) by targeting productive-age Pati Regency communities who have a minimum android mobile phone and understand technology. The evaluation was conducted to see the achievement of the program, which is still unknown because the evaluation has not been conducted this year. The review was used to identify strategic changes that need to be made in the next communication activities.

Keywords : *Communication Strategy, Smart Governance, Pati Regency*

ABSTRAK

Kabupaten Pati terpilih pada program “Gerakan Menuju 100 *Smart City*” sejak 2018. Akan tetapi, Kabupaten Pati masih minim dalam memanfaatkan teknologi yang ada untuk pelayanan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Pati dalam menerapkan *smart governance* dengan menggunakan tahapan penyusunan strategi dari Anne Gregory serta mendeskripsikan model strategi komunikasi yang digunakan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan mengacu pada *Planning Theory* dan *strategic*

communication best practices model. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Pati dalam menerapkan *smart governance* telah melakukan penyusunan strategi komunikasi sesuai dengan konsep perencanaan dari Anne Gregory yakni mulai dari analisis masalah, menetapkan tujuan, publik, pesan, strategi dan taktik, skala waktu dan sumber daya, serta evaluasi dan tinjauan. Tujuan penerapan *smart governance* adalah mewujudkan pelayanan publik yang efektif dan efisien melalui penggunaan teknologi. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Pati melakukan penyampaian informasi yang bersifat informatif dan persuasif melalui berbagai cara (sosialisasi secara langsung, pelatihan, publikasi media massa maupun media online dan media sosial, serta kolaborasi lembaga) dengan menargetkan masyarakat Kabupaten Pati berusia produktif yang memiliki *handphone* minimal android dan paham teknologi. Evaluasi dilakukan untuk melihat ketercapaian program dimana masih belum diketahui hasilnya karena belum melakukan evaluasi di tahun ini. Tinjauan yang dilakukan digunakan untuk mengidentifikasi perubahan strategis yang perlu dilakukan pada kegiatan komunikasi berikutnya.

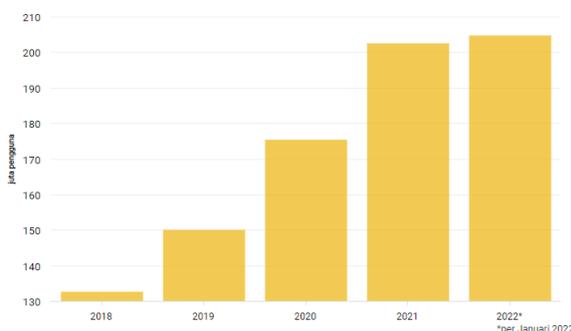
Kata kunci : Strategi Komunikasi, *Smart Governance*, Kabupaten Pati

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi saat ini telah berkembang secara pesat dan menjangkau hingga ke seluruh sektor kehidupan manusia mulai dari kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan, hingga pemerintahan. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi tersebut adalah munculnya internet. Adanya internet yang muncul di kehidupan sekitar dapat membantu pekerjaan manusia sehingga dapat terselesaikan secara cepat dan efisien.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* tercatat pengguna internet di Indonesia dari 2018 hingga 2022 mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Total penduduk Indonesia yang menggunakan internet di 2018 hanya sekitar 50% yaitu sebesar 132,7 juta orang. Sedangkan di 2022 tingkat persebaran penggunaan internet di Indonesia sudah mencapai 73,7% dari total penduduk Indonesia yakni sebesar 204,7 juta orang dari 277,7 juta orang pada Januari 2022. Adapun peningkatan jumlah pengguna internet yang sangat signifikan terletak pada 2020 dan 2021 dimana di 2020 terdapat 175,4 juta pengguna dan di 2021 terdapat 202,6 juta pengguna internet (Annur, 2022).

Diagram 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : www.katadata.co.id diakses pada 11 Januari 2022

Peningkatan jumlah penggunaan internet menjadikan suatu keuntungan bagi

pemerintahan dalam melakukan transformasi digitalisasi pelayanan yang ada dan juga dapat dijadikan sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan yang ada di Kabupaten Pati sebagai suatu daerah industri dengan penggunaan internet yang masif, salah satunya dengan menggunakan teknologi berbasis internet untuk memberikan pelayanan. Adanya perpaduan antara teknologi berbasis internet dengan pemerintahan ini nantinya akan mewujudkan suatu kota pintar atau yang disebut dengan *smart city*. *Smart city* merupakan sebuah program yang dicanangkan oleh pemerintah pusat sebagai salah satu bentuk upaya inovatif dalam penerapan teknologi informasi guna mengatasi persoalan masyarakat serta untuk meningkatkan kualitas hidup manusia dan komunitas setempat agar dapat terselesaikan secara efektif dan efisien. Melalui program *smart city* ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan pada masyarakat serta memperkuat kemampuan yang dimiliki oleh daerah (Rosandya, 2017).

Terpilihnya Kabupaten Pati sebagai salah satu *smart city* ini didasari dari adanya kesiapan daerah yang ditinjau dari segi struktur, infrastruktur, maupun suprastruktur yang cukup optimal. Segi struktur terdiri dari sumber daya manusia yang dimiliki oleh Kabupaten Pati memiliki rata-rata lulusan terbanyak berada di jenjang D4/S1 serta adanya pendapatan kapital daerah yang diproyeksikan mengalami peningkatan di 2020. Segi infrastruktur terdiri dari tersebarnya jaringan internet di lingkup Kabupaten Pati, adanya penyedia *Broadband Access* (ISP) di Kabupaten Pati, serta jumlah penduduk di Kabupaten Pati yang memiliki keluarga pra sejahtera sebesar 123.139 KK dari 424.419 KK yang memerlukan program *smart city* untuk menurunkan angka kemiskinan tersebut. Segi suprastruktur dilihat dari adanya RPJMD yang telah disusun oleh

Kabupaten Pati serta adanya lembaga yang secara khusus mengatasi *e-government* (Kabupaten Pati, 2018). Selain itu, adanya pemilihan Kabupaten Pati sebagai pelaksana program *smart city* ini turut mendukung visi dari Kabupaten Pati, yakni “Meningkatnya Kesejahteraan Masyarakat dan Pelayanan Publik” yang kemudian dijabarkan ke dalam 7 misi pembangunan berkelanjutan Pemerintah Kabupaten Pati. Melalui program *smart city* ini Kabupaten Pati berupaya untuk memudahkan akses masyarakat dalam mendapatkan pelayanan maupun respon dari pemerintah, meningkatkan taraf hidup masyarakat, hingga meningkatkan pengelolaan perkotaan.

Pemerintah Kabupaten Pati meluncurkan berbagai sistem informasi yang memiliki fungsi berbeda mulai dari layanan yang ditujukan untuk masyarakat luas hingga masyarakat tertentu dan untuk internal pemerintahan. Sampai saat ini Pemerintah Kabupaten Pati menghasilkan 26 aplikasi yang membantu keberjalanannya *smart governance*. Padahal, jumlah OPD yang ada di Kabupaten Pati sebanyak 51 OPD. Sebelum pelaksanaan sebuah program, tentunya Pemerintah Kabupaten Pati telah menyusun perencanaan terlebih dahulu. Salah satu tahapan dari perencanaan tersebut adalah menyampaikan informasi terkait dengan program *smart governance*. Melalui media sosial Dinas Kominfo tercatat Pemerintah Kabupaten Pati hanya melakukan kegiatan penyampaian informasi di 2019 sebanyak 9 kali. Kegiatan yang disampaikan tersebut berupa pelaksanaan sosialisasi dan juga pelatihan dalam mendukung program *smart governance*. Sedangkan di 2020 Dinas Kominfo hanya menyampaikan informasi melalui media sebanyak 2 kali dan di 2021 dinas ini hanya menyampaikan informasi tentang kegiatan *smart governance* sebanyak 7 kali. Dari data tersebut terlihat bahwa penyampaian informasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati masih sangat minim.

Penentuan perencanaan dan pelaksanaan pada sebuah program komunikasi termasuk dalam tahapan strategi komunikasi. Strategi komunikasi didefinisikan oleh Cangara (2014: 64) sebagai perpaduan keseluruhan komponen komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, media (saluran), penerima, sampai pada pengaruh (efek) yang diberikan guna mengoptimalkan tujuan dari komunikasi. Lebih lanjut, ia menuturkan bahwa penentuan strategi membutuhkan penyelesaian yang cermat pada bagian perencanaan mengingat penentuan strategi merupakan langkah yang bersifat penting. Dengan demikian, pembuatan strategi komunikasi sebelum melakukan kegiatan komunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting guna mencapai kegiatan komunikasi yang efektif.

RUMUSAN MASALAH

Penerapan *good governance* ditandai dengan adanya pemerintahan yang berfokus pada pelayanan publik. Adanya perkembangan teknologi serta peningkatan jumlah pengguna internet membuat pemerintah melakukan inovasi untuk melayani masyarakatnya. Penggunaan teknologi dan internet di bidang pemerintahan ini kemudian dikenal dengan sebutan *smart governance*. *Smart governance* merupakan salah satu dimensi dalam program *smart city* yang diinisiasi oleh pemerintah pusat sebagai upaya inovatif pemerintah dalam menerapkan teknologi informasi untuk mengatasi permasalahan yang hadir di tengah masyarakat dan meningkatkan taraf hidup manusia serta komunitas setempat.

Salah satu kabupaten yang terpilih dalam program *smart city* adalah Kabupaten Pati. Penerapan pada dimensi *smart governance* di Kabupaten Pati hingga saat ini sudah memenuhi indikator dari dimensi *smart governance* yakni pelayanan publik, transparansi dan keterbukaan data, serta penggunaan TIK dan *e-government*. Namun, pada kenyataannya penerapan dari *smart*

governance di kabupaten ini masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih minimnya penggunaan teknologi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam menerapkan *smart governance*.

Sebelum menerapkan suatu program, tentunya pemerintah akan melakukan kegiatan perencanaan terlebih dahulu agar tujuan yang hendak dicapai dapat terpenuhi dengan baik. Adanya kegiatan perencanaan ini berkaitan dengan salah satu tahapan dari strategi komunikasi. Dengan adanya strategi komunikasi yang telah disusun sebelumnya program komunikasi yang dibuat dapat mencapai kegiatan komunikasi yang efektif.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam penerapan *smart governance*?
2. Bagaimana model strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam penerapan *smart governance*?

TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam penerapan *smart governance* serta mendeskripsikan model strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam penerapan *smart governance*.

KERANGKA TEORI

Strategi Komunikasi

Strategi merupakan pengimplementasian dari keputusan kondisional mengenai suatu tindakan yang dibuat guna mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, merumuskan strategi komunikasi berarti mempertimbangkan pula situasi dan kondisi yang dihadapi baik di masa sekarang maupun masa depan

guna mencapai suatu efektivitas dalam komunikasi (Suryadi, 2018). Middleton (dalam Cangara, 2014 : 64) menjelaskan bahwa strategi komunikasi dipahami sebagai gabungan dari keseluruhan komponen komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, saluran/media, penerima, hingga pengaruh/efek yang dihasilkan agar dapat memenuhi suatu tujuan komunikasi yang maksimal. Strategi komunikasi dipahami sebagai sebuah acuan dalam melakukan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi guna memenuhi suatu misi. Maka dari itu, tahapan yang digunakan dalam menyusun strategi komunikasi meliputi kombinasi antara tahapan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi. Menurut Anne Gregory (2004 : 39), perencanaan komunikasi dibagi ke dalam beberapa tahapan agar dapat berjalan secara efektif antara lain adalah analisis situasi, tujuan, publik, pesan, strategi, taktik, skala waktu, sumber daya, implementasi, evaluasi, dan tinjauan.

Smart Governance

Smart governance merupakan salah satu dimensi dari *smart city* yang menjadi penggerak utama dalam penerapan *smart city*. Dimensi ini memiliki fokus pada pengelolaan pemerintah guna mewujudkan pemerintahan yang jujur, demokratis, adil, dan bersih serta memiliki kualitas dan kuantitas yang baik pada pelayanan publik. Dengan demikian, *smart governance* membutuhkan adanya kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat. *Smart governance* berkaitan dengan bagaimana pemerintah dapat memberikan pelayanan yang baik pada masyarakatnya melalui inovasi berupa teknologi (Pramuningrum dan Salmiyah : 2017). Boyd Cohen (dalam Direktorat Jenderal Penataan Ruang Kementerian Pekerjaan Umum, 2015 : 8) menjelaskan indikator yang terdapat dalam dimensi *smart governance*. Indikator tersebut adalah pelayanan publik,

transparansi dan keterbukaan data, serta penggunaan TIK dan e-government.

Planning Theory

Teori rencana atau *planning theory* yang dicetuskan oleh Charles Berger menjelaskan tentang proses yang dilewati seseorang atau individu dalam merencanakan tindakan komunikasi. Untuk mencapai suatu tujuan dalam tindakan komunikasi dibutuhkan adanya langkah-langkah yang bersifat berjenjang atau hierarkis. Perencanaan merupakan sebuah proses dari pemikiran yang dilakukan untuk mencapai tujuan dalam tindakan komunikasi (Morissan, 2013). Dengan demikian, teori ini beranggapan bahwa seorang individu atau komunikator dalam melakukan kegiatan komunikasi harus memilih strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dari komunikasi yang efektif.

PEMBAHASAN

Strategi komunikasi merupakan sebuah pedoman yang digunakan dalam merencanakan sebuah kegiatan komunikasi agar mencapai suatu tujuan tertentu. Melalui penyusunan strategi komunikasi dapat mengoptimalkan sistem kerja suatu organisasi sehingga kemungkinan hambatan yang akan muncul dapat diantisipasi. Untuk menunjang hal tersebut, diperlukan adanya penyusunan strategi komunikasi yang terbagi dalam beberapa tahapan menurut Anne Gregory sebagai berikut.

Analisis Situasi

Kabupaten Pati tidak melakukan kegiatan analisis situasi secara formal. Hal ini dikarenakan Pemerintah Kabupaten Pati mendapatkan perintah dari pusat untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi. Karena pemerintah daerah merupakan wujud desentralisasi dari pemerintah pusat, maka Pemerintah Kabupaten Pati langsung melaksanakan kegiatan sosialisasi tanpa melakukan kegiatan analisis secara formal. Namun, Pemerintah Kabupaten Pati

melakukan analisis terhadap permasalahan yang muncul di lingkungan sekitar seperti para OPD yang masih menggunakan layanan berbasis manual untuk melayani masyarakat. Padahal, pemanfaatan teknologi oleh Pemerintah Kabupaten Pati sudah dilakukan sejak 2009. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa OPD yang ada di Kabupaten Pati masih kurang *aware* terhadap pemanfaatan teknologi di sektor pemerintahan.

Goals and Objectives

Tujuan yang ingin dicapai oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam program *smart governance* adalah untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang efektif dan efisien. Pemerintah Kabupaten Pati tidak memiliki *objectives* secara khusus dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini terlihat dari tidak adanya jumlah pasti yang ditetapkan pemerintah dalam menghasilkan sistem informasi. Selain itu, terkait pengembangan sistem informasi yang sudah ada pemerintah setempat juga tidak memiliki target khusus dalam mengembangkan sistem informasi OPD. Hal ini dikarenakan pembuatan dan pengembangan sistem informasi menyesuaikan dengan kebutuhan layanan OPD serta adanya anggaran yang terbatas. Namun, secara keseluruhan Pemerintah Kabupaten Pati menginginkan adanya kenaikan nilai pada indeks SPBE dari yang sebelumnya 2,75 menjadi 3 dalam setahun, Kemudian *objectives* yang ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Pati masih belum memenuhi konsep SMART terutama pada aspek *specific* dan *achievable* dimana Pemerintah Kabupaten Pati masih belum menentukan *objectives* secara spesifik serta memiliki kemungkinan ketercapaian yang rendah karena untuk bisa mendapatkan nilai 3 dalam waktu setahun pada indeks SPBE membutuhkan usaha yang lebih mengingot untuk menaikkan 0,1 harus memenuhi beberapa indikator terlebih dahulu yang telah ditentukan. Sedangkan untuk Dinas Dukcapil dalam

penentuan *objectives*-nya sudah hampir memenuhi konsep SMART.

Target

Pemerintah Kabupaten Pati memiliki target utama pada masyarakat Kabupaten Pati berusia produktif (15 – 65 tahun) yang memiliki *handphone* minimal android dan paham dengan teknologi. Sedangkan untuk target sekondernya adalah para OPD Kabupaten Pati yang mampu menerima dan terbuka terhadap hal baru.

Dari hasil penelitian menunjukkan Pemerintah Kabupaten Pati sudah mampu menjangkau sasaran sekunder dari kegiatan *smart governance* mengingat para OPD adalah pelaksana dari program *smart governance* yang diberi perintah untuk turut serta dalam mendukung program ini. Sedangkan untuk penargetan utama peneliti menemukan hasil bahwa pelaksanaan program *smart governance* meskipun menysasar ke seluruh masyarakat Kabupaten Pati yang paham dengan teknologi pada penerapannya masih belum mampu menjangkau keseluruhan target. Hal ini dikarenakan masih minimnya kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh dinas terkait dalam menyampaikan inovasi program untuk mendukung *smart governance*.

Pesan

Pesan primer yang disampaikan oleh Pemerintah Kabupaten Pati memiliki tagline “Gerakan Menuju 100 *Smart City*”. Pesan ini mudah dipahami dan sesuai dengan maksud dan tujuan dari penerapan *smart governance* yang merupakan salah satu dimensi dari *smart city*. Sedangkan tagline yang disampaikan oleh Dinas Dukcapil berupa “Mudah, Cepat, Gratis” juga memiliki pesan yang mudah dipahami terkait dengan inovasi pelayanan Dinas Dukcapil berupa aplikasi Tarjilu Okke yang dapat mempercepat dan memudahkan masyarakat dalam melakukan pengajuan dokumen kependudukan dengan biaya yang gratis. Melalui pesan yang

disampaikan berupa tagline ini Pemerintah Kabupaten Pati berusaha untuk menginformasikan masyarakat tentang program *smart governance* serta mengajak masyarakat untuk mendukung program ini.

Strategi

Strategi yang ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Pati berupa pelaksanaan kegiatan sosialisasi secara masif dianggap sudah cukup efektif dalam menginformasikan program *smart governance* karena para OPD dapat memahami dengan baik tujuan dari program ini. Selain itu, adanya kolaborasi dengan pemerintah kota Semarang juga membantu Kabupaten Pati dalam melaksanakan program *smart governance*.

Taktik

Pada konsepnya terdapat tiga taktik yang dapat menjadi indikator keefektifan pesan yang disampaikan dalam sebuah program. Penerapan *smart governance* di Kabupaten Pati menggunakan konsep metode bauran promosi yang terdiri dari tiga kategori. Pertama adalah *above the line* (ATL) dimana kegiatan komunikasi yang dilakukan memiliki target pada masyarakat luas yang semata-mata untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keadaan tertentu yang disebarakan melalui media konvensional seperti koran Suara Merdeka, portal berita online Pati news, website pemerintahan, dan media luar ruang banner dan brosur. Kategori selanjutnya adalah *below the line* (BTL) dimana kegiatan komunikasi yang dilakukan pada target spesifik melalui rapat koordinasi maupun kolaborasi lembaga dan kerjasama instansi. Kategori yang ketiga adalah *through the line* dimana melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial. Adapun media sosial yang digunakan dalam mensosialisasikan program *smart governance* ini antara lain adalah Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, hingga YouTube.

Skala Waktu

Smart governance yang ada di Kabupaten Pati diselenggarakan pada rentang waktu tertentu. Pada lingkup Pemerintah Kabupaten Pati, pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan mulai 2018 berupa pemaparan informasi tentang *smart governance* hingga pemberian pelatihan kepada para OPD. Sedangkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Dukcapil dimulai pada 2019 hingga 2020.

Sumber Daya

Sumber daya dalam kegiatan komunikasi merupakan unsur yang mendukung dari penyelenggaraan kegiatan komunikasi. Adapun sumber daya yang mendukung tersebut terdiri dari alokasi keuangan dimana pada penerapannya *smart governance* di Kabupaten Pati mendapatkan alokasi anggaran dari dana APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah) Kabupaten Pati serta terdapat pula kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari Bank Jateng dalam hal layanan pajak. Selain itu, sumber daya yang lain terletak pada sumber daya manusia dimana Pemerintah Kabupaten Pati memiliki pegawai yang sudah kompeten di bidangnya sehingga mampu menerapkan *smart governance*.

Implementasi dan Evaluasi

Pelaksanaan program *smart governance* di Kabupaten Pati terdiri dari dua tahapan. Pertama, penerapan yang ditujukan di lingkup internal pemerintah dan yang kedua penerapan yang ditujukan untuk masyarakat. Awalnya, Pemerintah Kabupaten Pati memberikan informasi kepada para OPD tentang program *smart governance* melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara bertahap. Setelah itu, terdapat kegiatan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi para OPD dalam mengelola sistem informasi yang diajukan. Selain itu, terdapat pula publikasi kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo dalam menginformasikan tentang *smart governance*. Namun, pada pelaksanaannya kegiatan ini masih kurang

efektif mengingat minimnya publikasi kegiatan yang dilakukan baik dari media sosial maupun media online tentang pelaksanaan *smart governance* di Kabupaten Pati.

Pemerintah Kabupaten Pati dalam melakukan evaluasi masih belum sepenuhnya melakukan keseluruhan tahapan karena masih belum mengklasifikasikan tujuan secara detail. Hasil evaluasi belum diketahui mengingat belum adanya kegiatan evaluasi di tahun ini. Sedangkan evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Dukcapil sudah memenuhi keseluruhan tahap evaluasi dan sudah tercapai sebagian indikator yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan melalui Survey Kepuasan Masyarakat (SKM) terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Dinas Dukcapil satu tahun sekali maupun melihat jumlah masyarakat yang menggunakan aplikasi Tarjilu Okke maupun yang mengajukan dokumen kependudukan melalui aplikasi.

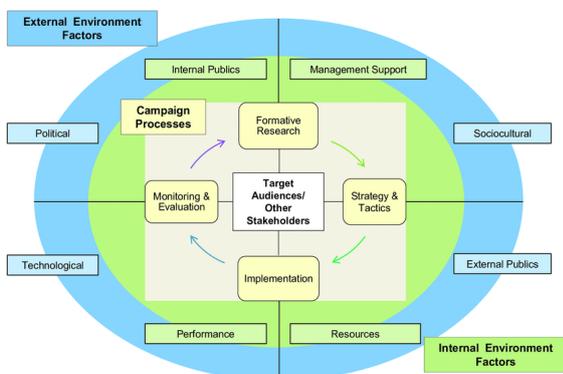
Planning Theory

Charles Berger berpendapat melalui *Planning Theory* bahwa dalam mencapai tindakan komunikasi yang efektif diperlukan sebuah proses perencanaan pesan yang bersifat berjenjang atau hierarkis. Selain itu, menurut teori ini juga dijelaskan bahwa kekuatan dari tujuan komunikasi yang dimiliki memiliki pengaruh yang kuat dalam menentukan seberapa kompleks rencana yang akan dibuat. Pemerintah Kabupaten Pati dalam penerapan *smart governance* memiliki dua tujuan utama, yakni pertama, untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang bersih, efektif, akuntabel, dan terpercaya. Yang kedua, untuk meningkatkan efisiensi dan keterpaduan penyelenggaraan pemerintahan berbasis elektronik, dalam hal ini adalah integrasi layanan. Agar dapat mencapai kedua tujuan tersebut Pemerintah Kabupaten Pati dalam menerapkan program *smart governance* melakukan beberapa tahapan

yang bersifat berjenjang dan kompleks. Tahapan tersebut diawali dari mengidentifikasi masalah, merencanakan kegiatan komunikasi, pelaksanaan dari kegiatan komunikasi, evaluasi program, serta pelaporan kegiatan.

Strategic Communication Best Practices Model

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati dalam penerapan *smart governance* sesuai dengan *strategic communication best practices model* yang dicetuskan oleh Trowbridge dan Jagadish (2015). Model tersebut adalah sebagai berikut.



Bagan 1.1 *Strategic Communication Best Practices Model* menurut Trowbridge dan Jagadish (2015)

Pada penerapannya model ini dilakukan oleh kedua dinas. Pada Dinas Kominfo tahap *formative research* tidak dilakukan secara formal melainkan dengan cara informasi melalui melihat permasalahan yang muncul di lingkungan sekitar seperti masih minimnya kesadaran para OPD terkait pemanfaat teknologi dalam melakukan tata kelola dan layanan publik. Tahap *strategy & tactics* pada penerapannya sudah cukup efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yakni dengan melakukan kegiatan sosialisasi secara masif, publikasi kegiatan secara cepat, dan kolaborasi lembaga. Hal ini dibuktikan dengan para OPD mampu memahami maksud pesan yang disampaikan oleh Dinas Kominfo dan menerapkan program *smart governance*. Tahap *implementation* dilakukan dengan

melakukan kegiatan sosialisasi secara bertahap, mengadakan pelatihan, serta publikasi kegiatan. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dinilai efektif dalam mengenalkan program *smart governance*. Namun, pada publikasi kegiatan pemerintah masih kurang dalam melakukan publikasi sehingga program ini masih minim untuk diketahui oleh masyarakat luas. Tahap *monitoring & evaluasi* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pati berupa pelaksanaan rapat koordinasi setahun sekali yang diikuti dengan kegiatan evaluasi berupa pemberian kuesioner pada program unggulan yang diajukan OPD. Untuk mengukur keberhasilan program dapat dilihat dari indeks SPBE yang secara umum telah mencakup keseluruhan program *smart governance*. Secara keseluruhan, penerapan program *smart governance* di Kabupaten Pati belum bisa dikatakan berhasil mencapai *objectives* yang telah ditentukan atau tidak mengingat belum adanya kegiatan evaluasi tahunan yang dilakukan oleh Dinas ini.

Untuk mendukung strategi komunikasi tersebut, terdapat beberapa faktor internal dan eksternal di dalamnya. Faktor internal pendukung strategi komunikasi tersebut antara lain *management support* yang berasal dari Pemerintah Kabupaten Pati; *Resources* berupa pendaan program dan SDM yang ahli dibidangnya; *Performance* berupa adanya Tim Koordinasi SPBE serta Tim Pelaksana SPBE, pemberian akses internet yang tersebar di beberapa wilayah dan terpusat di Dinas Kominfo, SDM yang telah memahami penggunaan teknologi, dan penggunaan teknologi yang dilakukan sejak 2009; *Internal publics* berupa pegawai Dinas Kominfo. Sedangkan untuk faktor eksternalnya terdiri dari *Sociocultural* dimana terdapat kecenderungan sikap untuk menggunakan teknologi dalam melaksanakan tata kelola pemerintahan maupun mendapatkan layanan public; *External publics* berupa para OPD di Kabupaten Pati;

Technological berupa tersedianya infrastruktur jaringan yang terpusat di Dinas Kominfo, dan *Political* dimana terdapat Peraturan Presiden Nomor 95 tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.

Dinas Dukcapil melakukan tahap *formative research* secara informal dengan melihat permasalahan yang muncul di lingkungan sekitar seperti adanya jarak tempuh dalam mendapatkan pelayanan publik, munculnya antrian yang panjang, serta kerepotan dalam memperoleh dokumen kependudukan. Tahap *strategy & tactics* dilakukan dengan penargetan secara spesifik terhadap target sasaran yang ingin dituju dalam memberikan sosialisasi program. Hal ini sudah cukup efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dibuktikan dengan adanya masyarakat yang memiliki pemahaman terhadap teknologi dan memiliki *handphone* android sudah mulai menggunakan aplikasi Tarjilu Okke dalam mengajukan dokumen kependudukan. Pada tahap *implementation* Dinas Dukcapil melakukan kegiatan *launching* aplikasi dan sosialisasi bersama Bupati dan jajarannya beserta para OPD, melakukan sosialisasi secara langsung ke kecamatan se-Kabupaten Pati, serta melakukan sosialisasi melalui media cetak dan media online, dan melakukan kerjasama dengan RS maupun BPJS. Kegiatan sosialisasi secara langsung dan kerjasama dengan RS maupun BPJS dinilai cukup efektif dalam memberikan informasi tentang aplikasi Tarjilu dan membujuk audiens untuk menggunakan aplikasi ini. Namun, pada kegiatan sosialisasi melalui media dinilai masih kurang mengingat dinas ini tidak melakukan kegiatan sosialisasi secara masif. Tahap *monitoring & evaluation* yang dilakukan oleh Dinas Dukcapil diselenggarakan tiap satu bulan sekali dengan melihat partisipasi masyarakat dalam mendukung aplikasi Tarjilu Okke. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan melakukan Survey Kepuasan Masyarakat

(SKM) terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Dinas Dukcapil satu tahun sekali.

Faktor internal yang mendukung strategi komunikasi Dinas Dukcapil dalam penerapan *smart governance* antara lain adalah *Management Support* yang terdiri dari Kepala Dinas dan Dinas Kominfo; *Resources* berupa pendanaan dan pegawai yang telah mendapatkan pelatihan dari pihak terkait; *Performance* berupa infrastruktur yang telah disediakan oleh Dinas Kominfo serta SDM yang kompeten di bidangnya; dan *Internal publics* berupa pegawai Dinas Dukcapil. Sedangkan untuk faktor eksternalnya adalah *Sociocultural* dimana terdapat kecenderungan sikap untuk menggunakan teknologi dalam mendapatkan pelayanan publik. Namun, beberapa masyarakat juga masih ada yang memilih datang langsung ke kantor untuk bisa mendapatkan pelayanan publik yang dimiliki oleh Dinas Dukcapil. Dinas Dukcapil menyediakan layanan publik yang menggunakan teknologi maupun secara manual dengan datang langsung ke kantor; *External publics* berupa masyarakat Kabupaten Pati; *Technological* berupa infrastruktur jaringan pada masing-masing dinas; dan *Political* berupa Peraturan Bupati Nomor 29 tahun 2021 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik dalam Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Kabupaten Pati.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Pati terkait dengan penerapan *smart governance*. Sumber data berasal dari data primer melalui wawancara informan yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling* serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, artikel, hasil penelitian terdahulu, hingga informasi lainnya yang bersumber dari internet yang memiliki relevansi dengan fokus penelitian. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman

dengan uji kualitas data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teori, dan triangulasi waktu.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Pemerintah Kabupaten Pati dalam menyusun strategi komunikasi untuk menerapkan *smart governance* melakukan beberapa tahapan sesuai dengan konsep dari Anne Gregory. Pertama adalah analisis situasi dimana pemerintah melihat permasalahan yang muncul di sekitar berdasarkan kondisi lingkungan tanpa dilakukan penelitian secara formal. Permasalahan yang muncul antara lain minimnya kesadaran OPD dalam menggunakan teknologi untuk menyelenggarakan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang efektif dan efisien.
- b. Kegiatan komunikasi *smart governance* bertujuan untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang bersih, efektif, akuntabel, dan terpercaya serta pelaksanaan integrasi layanan. Untuk *objectives*-nya sendiri Pemerintah Kabupaten Pati tidak memiliki *objectives* secara spesifik dalam menerapkan program *smart governance* melainkan mengacu pada indeks SPBE dengan meningkatkan nilai dari 2,75 menjadi 3 dalam setahun. Sedangkan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Dukcapil memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam hal pendaftaran dokumen kependudukan berbasis teknologi informasi yang mudah, cepat, tepat, dan gratis. *Objectives* yang ditentukan terbagi dalam target jangka pendek, menengah,

dan panjang. Target jangka pendeknya melakukan *launching* dan sosialisasi Tarjilu Okke yang dihadiri oleh Bupati dan jajarannya serta para OPD pada minggu II bulan Juni 2019. Target jangka menengahnya mensosialisasikan sistem Tarjilu Okke di 5 kecamatan pada minggu II bulan Juli s.d minggu IV bulan Desember 2019. Target jangka panjangnya mensosialisasikan Tarjilu Okke di 16 kecamatan Kabupaten Pati pada bulan Januari s.d Desember 2020.

- c. Pelaksanaan kegiatan *smart governance* difokuskan kepada masyarakat Kabupaten Pati yang berusia produktif dan paham dengan teknologi. Selain itu, target sasaran juga terletak pada OPD Pemerintah Kabupaten Pati sebagai pelaksana dari *smart governance*. Untuk pesan yang disampaikan pada kedua instansi berupa informasi dan ajakan dalam mendukung program *smart governance*. Strategi yang dilakukan berupa pelaksanaan kegiatan sosialisasi secara bertahap, publikasi kegiatan secara cepat, kolaborasi lembaga, dan penargetan secara khusus pada pelaksanaan sosialisasi dengan taktik yang digunakan berasal dari konsep bauran promosi pemasaran yang terdiri dari *above the line*, *below the line*, dan *through the line*.
- d. Tahap skala waktu menentukan jadwal kegiatan komunikasi Pemerintah Kabupaten Pati dimana pelaksanaan *smart governance* dimulai di 2018. Sumber daya manusia berasal dari masing-masing pegawai dinas yang memiliki bidang terkait dengan pelayanan inovasi serta anggaran biaya berasal dari dana APBD Kabupaten Pati.

- e. Pada tahap evaluasi, Dinas Kominfo tidak melakukan tahap evaluasi secara penuh mengingat masih belum adanya pengklasifikasian tujuan secara detail. Sedangkan Dinas Dukcapil sudah melakukan keseluruhan tahap dari evaluasi mulai dari penetapan tujuan program, mengklasifikasikan tujuan, mendefinisikan tujuan dalam pernyataan yang terukur, mengumpulkan data, serta menganalisis data dengan cara membandingkan antara tujuan yang telah ditetapkan dengan hasil observasi atau pengukuran.
- f. Tahapan strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Pati dalam menerapkan *smart governance* ini memiliki model strategi komunikasi yang sama dengan *strategic communication best practices model* yang dicetuskan oleh Trowbridge dan Jagadish. Tahapan dalam model ini disusun mulai dari *formative research, strategy & tactics, implementation, dan monitoring & evaluation*.

SARAN

Penulis memberikan rekomendasi berupa saran sebagai berikut.

1. Pemerintah Kabupaten Pati dalam melaksanakan sebuah program perlu melakukan kegiatan perencanaan komunikasi terlebih dahulu, dalam hal ini adalah penyusunan *milestone* seperti yang telah dilakukan oleh Dinas Dukcapil. Hal ini bertujuan agar program yang akan diterapkan dapat terfokus pada tujuannya dan menghasilkan komunikasi yang efektif. Selain itu, dalam menentukan *goals* dan *objectives* sebaiknya memenuhi kriteria SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Realistic, and Time-*

sensitive) agar lebih jelas dan terukur. Lalu, untuk taktik yang digunakan hendaknya dilakukan secara konsisten dan berulang agar mendapatkan hasil yang optimal.

2. Penelitian selanjutnya dapat melakukan kegiatan penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi pada program pemerintah lainnya atau di lembaga pemerintah lain yang memiliki keterlibatan langsung dengan masyarakat. Hal ini untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi yang dilakukan lembaga pemerintah lain mengeksplorasi lebih jauh tentang penerapan dari taktik maupun strategi komunikasi yang dilakukan pada program pemerintah lain ataupun lembaga pemerintahan lain. Selain itu, disarankan juga untuk menggunakan metode penelitian *mix method*, yakni metode gabungan antara kualitatif dengan kuantitatif supaya memperoleh hasil penelitian yang lebih rinci dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pati. (2022). *Kabupaten Pati dalam Angka 2022*. Pati.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2022). *Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2022*. Jawa Tengah.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Direktorat Jenderal Penataan Ruang Kementerian Pekerjaan Umum. (2015). *Kajian Pengembangan Smart City di Indonesia*. Jakarta Selatan.
- Djamal. (2017). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Mitra Pustaka.

- Gregory, Anne. (2004). *Perencanaan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Gunning, E. (2010). *Public Relations : A Practical Approach, Third Edition*. England : Red Globe Press.
- Hasan, Erliana. (2014). *Komunikasi Pemerintahan*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Hasfi, Rahma. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali dalam Sosialisasi Program *E-Government* untuk Mewujudkan Boyolali *Smart City*. *Jurnal*. Universitas Sebelas Maret.
- Mujianto, Bagya dan Rinaldi, Sony. (2017). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.
- Nurhadi, Zikri. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana.
- Pati, Pemkab. (2018). *Analisa Strategis Smart City Kabupaten Pati*. Pati.
- Trowbridge, Janey dan Thaker Jagadish. (2015). The Case of the National Youth Anti-Drug Media Campaign : A Critical Analysis from a Strategic Communication Perspective. *Cases in Public Health Communication and Marketing*. Winter (8) : 136-169.