

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang relatif cepat menimbulkan berbagai permasalahan kota, seperti penurunan kualitas pelayanan publik, berkurangnya ketersediaan lahan pemukiman, kemacetan di jalan raya, kesulitan mendapatkan tempat parkir, penumpukan sampah, peningkatan angka kriminal, dan masalah-masalah sosial lainnya. Saat ini, kebutuhan akan tersedianya informasi yang mudah di akses, cepat, tepat dan akurat menjadi salah satu dasar pengembangan pemanfaatan teknologi informasi di lingkungan pemerintahan. Kebutuhan informasi ini sudah menjadi salah satu kebutuhan utama, karena pada umumnya pemerintah memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap pelayanan masyarakat.

Kunci sukses pemerintahan yang baik salah satunya berkaca pada pelayanan publik dalam mengatasi permasalahan. Oleh sebab itu dibutuhkan pendekatan yang terintegrasi untuk mengatasi segala permasalahan di kota, sehingga dibuatlah sebuah konsep *smart city*. Kota-kota yang disebut *smart city* adalah kota yang pada awalnya memiliki terobosan baru dalam penyelesaian masalah di kotanya dan sukses dalam meningkatkan performa kotanya. Salah satu dimensi terpenting dari *smart city* adalah memberikan pelayanan menggunakan teknologi terkini dan membangun infrastruktur yang pintar, sehingga dapat memberikan pelayanan yang efektif kepada seluruh masyarakat yang tinggal di kota (Sudaryono14: 2014).

Di era saat ini, teknologi informasi dan komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat, terutama memberikan kemudahan kepada manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Shakespeare mengatakan “apalah artinya sebuah nama?” maka dalam dunia pemasaran, justru merek mampu menjamin kesuksesan sebuah perusahaan / organisasi. Pentingnya *brand* membuat para pemasar akan melakukan apa saja untuk mempertahankan eksistensinya di pasaran, apalagi di tengah persaingan yang sengit sekarang ini.

Ungkapan “tak kenal maka tak sayang” dapat menginspirasi bahwa sesuatu yang tidak dikenal dengan baik maka cenderung untuk tidak akan memberikan perhatian dalam memelihara, merawat dan menjaganya. Tanpa mengenal, tidak akan diketahui apa tuntutan dan kebutuhannya. Untuk mengenal sesuatu maka harus diketahui identitasnya terlebih dahulu. Mengetahui identitas akan memahami siapa dan apa kebutuhannya, berapa besar dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut, serta berusaha menjaga dan memeliharanya secara baik.

Sama halnya dengan sebuah kota, untuk dapat memelihara dan memahami kebutuhan warga dan lingkungannya maka kota tersebut harus dapat dikenal dengan baik dan menyeluruh (*comprehensive*), sehingga kebutuhan warga dan kelestarian lingkungannya dapat dipenuhi dan dipelihara secara berkelanjutan (*sustainable*). Suatu kota dapat dikenal bila identitas kota tersebut diketahui dan dipahami secara baik dan menyeluruh melalui penelusuran ciri-ciri, tanda-tanda atau jati diri.

Begitu pula yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang (Pemkot Tangerang) dimana ia terus berbenah dengan mencari keefektifan dalam melayani masyarakat Kota Tangerang. Pemanfaatan Teknologi melalui dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo)

sebagai *leading sector* pengembangan aplikasi di kota Tangerang melirik aplikasi sebagai media yang digunakan untuk pelayanannya. Hal ini mengingat masyarakat sekarang begitu *addict* dengan *gadget* dan ini berarti bisa menjadi lahan yang tidak percuma untuk menarik perhatian. Tuntutan zaman di era globalisasi berdampak pada perubahan kebutuhan masyarakat. Tingkat mobilitas yang tinggi tentunya mengharuskan masyarakat serba cepat dalam segala hal, termasuk soal informasi. Kebutuhan masyarakat akan informasi selalu berdampingan dengan kemajuan teknologi. Bukan hanya soal penerimaan informasi tetapi juga penyebarannya.

Untuk menjadikan Kota Tangerang sebagai kota cerdas atau *smart city*, Pemkot Tangerang terus berupaya merealisasikan visi yang dituangkan ke dalam slogan "Tangerang LIVE". Slogan tersebut merupakan akronim cita-cita Kota Tangerang yang terdiri dari *Liveable* (kota layak huni), *Investable* (kota primadona bagi investor), *Visitable* (kota wisata), dan *E-City* (kota berbasis teknologi).

Pemkot Tangerang mengajak masyarakat untuk tidak hanya menjadi penonton, namun bagaimana menjadi inovator yang dapat memberikan terobosan serta manfaat pada lingkungan khususnya untuk masyarakat dan pembangunan di Kota Tangerang sebagai penerapan demi terciptanya kota yang maju dalam membentuk sebuah identitas kota (*City Branding*) salah satunya dalam peluncuran aplikasi Tangerang *Live*.

Tangerang *live* merupakan portal layanan masyarakat kota Tangerang berbasis android yang dapat di *download* tanpa biaya oleh masyarakat. Terdapat beberapa fitur aplikasi dalam memudahkan masyarakat mengetahui informasi dan memudahkan pelayanan masyarakat hanya dengan satu genggam. Fitur yang tersedia di aplikasi Tangerang *live* diantaranya konten berita kota, pelayanan kesehatan, pelayanan kedaruratan, info pekerjaan, dan juga laksa (layanan aspirasi kotak saran anda).

Pemkot Tangerang berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, salah satunya, melalui fitur laksa untuk membantu pemerintah mempermudah penanganan aduan dari masyarakat. tak perlu repot mendatangi kantor pemerintahan untuk mengadukan berbagai persoalan, aduan masyarakat akan ditindaklanjuti langsung oleh dinas terkait. Kemudahan akan menjadi suatu slogan dalam masyarakat Kota Tangerang yang mungkin akan terdengar sampai ke kota lain yang akhirnya berhasil menentukan identitas Kota Tangerang.

Dari penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti program Kota Tangerang karena peneliti melihat suatu program *city branding* yang sangat memudahkan masyarakatnya dengan memadukan dua unsur, yaitu *branding* dan teknologi. Kecanggihan teknologi dimanfaatkan dalam melakukan *branding* suatu kota, tentunya ini merupakan terobosan baru yang sangat potensial, mengingat teknologi berkembang sangat pesat dan akan semakin berkembang terus. Dengan semakin dikenalnya identitas suatu kota diharapkan tatanan kebutuhan hidup warganya akan semakin jelas dan terarah, serta kualitas lingkungan kotanya juga dapat terpelihara dengan baik dan berkelanjutan.

1.2 Fokus Penelitian

Permasalahan utama yang dihadapi banyak kabupaten/ kota dalam otonomi daerah saat ini adalah bagaimana meningkatkan daya saing daerah sehingga potensi yang dimilikinya dapat tergarap dengan maksimal. Daya saing yang rendah antara lain disebabkan kurangnya pengetahuan (*awareness*) investor maupun wisatawan bahkan masyarakatnya sendiri terhadap

potensi daerah tersebut. Pemerintah Kota Tangerang menyadari bahwa suatu kota akan dikenal, diketahui bahkan diingat jika memiliki sesuatu yang berkesan.

Untuk dapat memberikan suatu *city branding* identitas tersendiri, Pemerintah Kota Tangerang menerapkan suatu konsep dengan memanfaatkan media teknologi terbaru yaitu internet. Penyerapan teknologi internet dalam lingkungan pemerintahan telah melahirkan suatu pemanfaatan yang efektif untuk dapat meningkatkan hubungan dan layanan pemerintah pada masyarakat kota Tangerang.

Media baru seperti internet telah mengubah pola layanan dalam bentuk pembangunan hubungan yang lebih komunikatif serta kemudahan layanan administrasi, transaksi dan penyajian informasi, hal ini tentu akan memberikan sejumlah Manfaat kepada masyarakat, kalangan investor, dan pebisnis untuk memperoleh informasi-informasi penting dengan mudah dan cepat tanpa melewati jenjang birokrasi yang panjang. Jika dahulu kita menggunakan media konvensional untuk mendapatkan informasi seperti membaca koran, mendengarkan radio dan menonton tv, sekarang dengan media baru kita bisa mendapatkan informasi yang mudah, akurat, terpercaya, bisa dibaca kapan saja, dimana saja dan tersedia selama 24 jam. Demi mewujudkan kota Tangerang sebagai *smart city*, Pemerintah Kota Tangerang meluncurkan sebuah portal aplikasi untuk berbagai kemudahan, termasuk keperluan dasar yaitu aplikasi Tangerang *live*.

Berdasarkan paparan diatas dapat dilihat bahwa Pemerintah kota Tangerang dalam menerapkan konsep *smart city* berbasis teknologi upaya melakukan *branding* pada kotanya. Dari hasil pengamatan peneliti, maka dirumuskan fokus penelitiannya adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan *city branding* Kota Tangerang sebagai *smart city* melalui aplikasi Tangerang *Live* ?
2. Apa saja hambatan dalam proses *branding* Kota Tangerang ?
3. Bagaimana respon masyarakat kota Tangerang mengenai aplikasi Tangerang *Live* sebagai *city branding* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui *city branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan *city branding* yang dilakukan Pemerintah Kota Tangerang
3. Untuk mengetahui respon masyarakat kota Tangerang mengenai aplikasi Tangerang *Live* sebagai *city branding*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini ditinjau dari dua aspek yaitu sebagai berikut

:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Humas.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Manfaat dari penelitian ini bagi peneliti yaitu mendapatkan pengetahuan mengenai city branding Kota Tangerang sebagai *smart city* melalui aplikasi Tangerang *Live*.

b) Bagi Pemerintah Kota Tangerang

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah Kota Tangerang dalam memberikan pelayanan terbaik untuk membuat *city branding* yang semakin baik lagi.

c) Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat Kota Tangerang bahwa Pemerintah Kota Tangerang berupaya memberikan keefektifan dalam pelayanan publiknya dalam mem-branding kotanya .