

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta merupakan perwakilan dari pemerintahan pusat di daerah yang bertugas untuk menjalankan dan mengontrol kebijakan-kebijakan yang berasal dari wewenang pemerintah pusat. Pemerintah Provinsi di pimpinan oleh seorang Gubernur yang menjalankan kebijakan-kebijakan tersebut. salah satu program Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang sedang dijalankan sampai saat ini yaitu *Smart City*. Pemerintah kota merupakan faktor penting dalam usaha penerapan Jakarta *Smart City*.

Jakarta *Smart City* merupakan program Pemerintah yang mana adalah sebuah penerapan dari konsep kota cerdas dengan mengoptimalkan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Dengan tujuan untuk mengetahui, memahami, dan mengendalikan berbagai sumber daya di dalam kota dengan lebih efektif dan efisien guna memaksimalkan pelayanan publik. Serta memberikan solusi penyelesaian masalah dan mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Penerapan dari program ini ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat kota Jakarta.

*Smart City* merupakan strategi untuk menghadapi permasalahan yang meningkat di Ibu Kota untuk tercapainya pembangunan yang berkelanjutan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya. Di masa sekarang beberapa kota besar di Indonesia telah menerapkan *Smart City*. Beberapa kota tersebut yaitu, kota Bandung, Makassar, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Denpasar dan salah satunya adalah Kota Jakarta. Jakarta *Smart City* dibangun melalui lima pilar, yaitu *Smart Governance, Smart People, Smart Living, Smart Mobility, Smart Economy, Smart Environment*. *Smart City* diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapi oleh beberapa kota besar di Indonesia, seperti permasalahan lingkungan, transportasi umum, sosial, ekonomi, dan pelayanan publik oleh pemerintah.

Penerapan *Smart City* pada kota Jakarta dimulai sejak 15 Desember 2014. Jakarta membuktikan komitmennya untuk menjadi *Smart City* dibuktikan dengan penghargaan *World e-Governments Organization of Cities and Local Governments (WeGO) Smart Sustainable City Awards* yang berhasil diterima Jakarta *Smart City* pada akhir Mei 2016. Jakarta mendapat Silver, peringkat kedua setelah Edmonton, Kanada pada Kategori *Open City*. Jakarta diapresiasi dengan kategori *Open City* karena Jakarta dapat mentransparansi administrasi dan penerapan *open data* dalam pemerintahannya. Jakarta telah melakukannya melalui portal Jakarta *Smart City* yang menyediakan berbagai informasi terkini untuk warganya. Beberapa data yang ditampilkan melalui portal tersebut bahkan tersedia secara *real time*. Kemudian penghargaan yang kembali diraih oleh kota Jakarta pada 2018 ini adalah, penghargaan *GovInsider Innovation Awards 2018* untuk kategori *Best Team Under 35* di acara *Innovation Labs World* yang diadakan di Suntec Convention Centre

Singapura. Melalui program *Jakarta Smart City* ini diharapkan dapat mewujudkan Kota Jakarta yang lebih informatif, transparan, mendukung penggunaan teknologi sebagai pelayanan publik yang dapat menyediakan solusi untuk setiap permasalahan, serta mendukung pembangunan yang berkelanjutan. (<https://smartcity.jakarta.go.id>)

Dalam menjalankan Program Jakarta *Smart City* ini, Pemerintah dibantu oleh sebuah unit pengelola yaitu Unit Jakarta *Smart City*. Yang merupakan sebuah unit pengelola dibawah naungan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Yang merupakan satuan kerja unit pengelola Jakarta *Smart City* dalam melaksanakan perencanaan strategi *City Branding* Jakarta *Smart City*. Mengelola aduan masyarakat melalui sebuah kanal resmi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Serta melaksanakan pengembangan kolaborasi dan fasilitas kemitraan dalam peningkatan kapasitas Jakarta *Smart City*. Dalam mensukseskan *City Branding* Jakarta *Smart City* Unit Jakarta *Smart City* menggunakan sebuah strategi guna mencapai tujuannya tersebut.

Strategi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan (*planning*) untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Seperti yang di definisikan oleh J.L. Thompson dalam Oliver (2007 : 2), strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktifitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Bennet dalam Oliver (2007 : 2) menggambarkan strategi sebagai “arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya”.

Menurut Jack Trout (Suyanto, 2007 : 16) inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialis, menguasai satu kata di kepala. Kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik.

Menurut Kavaratzis (2004 : 66-69) bahwa *City Branding* umumnya memfokuskan pada pengelolaan citra, tepatnya apa dan bagaimana citra itu dibentuk serta aspek komunikasi yang dilakukan dalam proses pengelolaan citra. *City Branding* juga merupakan tugas dan kolaborasi dari semua pihak (*Stakeholders*) yang terkait dengan kota tersebut. Kesuksesan *City Branding* terdapat diseluruh publik internal kota, baik pemerintah kota, swasta,

pengusaha, dan masyarakat kota tersebut. Dalam *City Branding*, yang diutamakan adalah dengan memfungsikan seluruh potensi kota agar bernilai dan fungsional.

Simon Anholt dalam Pramiyanti (2013 : 5), mengatakan bahwa *City Branding* adalah upaya pemerintah suatu kota untuk menciptakan identitas tempat, wilayah, kemudian mempromosikannya kepada publik, baik publik internal maupun publik eksternal.

*City Branding* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* untuk menjalankan tugasnya dalam memasarkan sebuah kota. Melalui *City Branding*, seorang *Public Relations* membentuk sebuah *positioning* yang kuat di benak publiknya mengenai kota tersebut. Sehingga identitas dari kota tersebut dapat dikenal secara luas oleh publik. Konsep *City Branding* Jakarta *Smart City* ini tidak akan berhasil tanpa adanya peran dari Humas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang mengkomunikasikan kepada masyarakat secara luas, baik masyarakat dari kota itu sendiri maupun dari luar kota Jakarta.

Melalui *City Branding* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta ini menghasilkan sebuah "*Jakarta Smart City*" yang merupakan implementasi dari *smart city*. Melalui portal *Jakarta Smart City* yang diperuntukan bagi publik agar dapat menjangkau semua informasi yang ada. Serta melalui aplikasi yang telah dibuat, masyarakat semakin mudah dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada pihak Pemprov DKI Jakarta. Melihat dari keberhasilan strategi yang dilakukan oleh Humas Jakarta *Smart City* melalui *Jakarta Smart City*, Maka dari itu peneliti tertarik untuk menjadikannya sebagai penelitian.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokuskan penelitian ini bertujuan agar peneliti tidak keluar dari bahasan, maka pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Humas Jakarta *Smart City* dalam mensukseskan *City Branding* "*Jakarta Smart City*"
2. Apa saja Hambatan yang dihadapi Humas Jakarta *Smart City* dalam mensukseskan *City Branding* "*Jakarta Smart City*"

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari pelaksanaan Riset Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi Humas Jakarta *Smart City* dalam mensukseskan *City Branding* “*Jakarta Smart City*”.
2. Untuk mengetahui hambatan Humas Jakarta *Smart City* dalam mensukseskan *City Branding* “*Jakarta Smart City*”.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari pelaksanaan Riset Penelitian ini bagi peneliti adalah 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**

#### 1) Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti sendiri yaitu mendapatkan pengetahuan mengenai kegiatan *City Branding* yang dilakukan Unit Jakarta *Smart City* sebagai *Smart City*.

#### 2) Bagi Pemerintah Kota Jakarta

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam mensukseskan *City Branding* pada Jakarta *Smart City* yang semakin baik lagi.

#### 3) Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan pengetahuan bagi masyarakat Kota Jakarta mengenai program Jakarta *Smart City*.