

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA,  
STATISTIK DAN PERSANDIAN KOTA PEKANBARU DALAM  
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SMART CITY**

**Annisa Citra Triyandra**  
Email: annisatriyandra@gmail.com

Pembimbing: **Nita Rimayanti, M.Comm**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telp/Fax. 0761-63277

**Abstrack**

*Pekanbaru city has increased population, that is resulting in declining public facilities, so peoples want to livable city. To realize the peoples desire, Government of pekanbaru city are launched smart city program. In one year of launched the smart city program, there are still many peoples who dont know about smart City program in Pekanbaru, so Diskominfo need to socialize the smart city program. In socializing smart city program, diskominfo conduct a communication planning. The purpose of this research is to describe and analyze communication program of the Communications, Information Technology, Statistics and Coding of Pekanbaru City In socializing smart city program.*

*This research uses qualitative descriptive methods, with the subject of research are Head of E-Government Organizer and Staff of Communication, Informatics, Statistic and Coding of Pekanbaru City which is involved in socialization plan of smart city program. Data collected through interviews, observation, and documentations. To test the validity of the data the author uses an extension of participation and triangulation.*

*The results of this research is the meaning of communication planning Diskominfo Pekanbaru city in analyzing the target communications categorized into general goals and special targets, in terms of message design Diskominfo Pekanbaru City convey messages in the form of information and persuasive, in terms of media selection Diskominfo Pekanbaru city using print media and Electronic media, in terms of determination of destination Diskominfo Pekanbaru City run the vision and mission that has been made so that later all layers in the Pekanbaru understand smart city program, and in terms of evaluation smart city program Diskominfo Pekanbaru city has not been maximized.*

**Key Word : Communication Planning, Socialization, Smart City**

## Pendahuluan

Kota Pekanbaru saat ini sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, sejalan dengan hal tersebut mengakibatkan terjadinya peningkatan jumlah penduduknya. Peningkatan jumlah penduduk yang tidak disertai dengan ketersediaan sumber daya yang memadai mengakibatkan banyak masalah-masalah fisik kota yang ditemui seperti kekurangan lapangan pekerjaan, masalah sosial, serta fasilitas umum yang terus menerus berkurang. Penurunan performa ini menimbulkan masalah-masalah yang dapat meresahkan dan menimbulkan ketidaknyamanan serta keresahan masyarakat kota Pekanbaru.

Keresahan dan ketidaknyamanan yang dirasakan masyarakat kota Pekanbaru, dapat dilihat saat terjadinya hujan deras di jalanan kota, mengakibatkan banjir yang disebabkan oleh saluran air yang kecil, serta kepadatan kendaraan bermotor pada jam-jam tertentu yang mengakibatkan kemacetan di beberapa jalan protokol di kota Pekanbaru, penumpukan sampah di sudut-sudut jalan yang menimbulkan bau yang tidak sedap juga tidak enak dipandang mata. Tingkat kriminalitas yang terus meningkat juga menjadi salah satu keresahan dan kecemasan masyarakat. Hal ini tentu saja mengakibatkan ketidaknyamanan yang dirasakan oleh warga kota Pekanbaru. Besarnya keinginan masyarakat untuk menjadikan dan mewujudkan kota Pekanbaru sebagai kota yang layak huni, serta untuk mengimbangi pertumbuhan penduduk yang begitu cepat, pemerintah kota Pekanbaru menyiapkan solusi pembangunan kota yang terangkum dalam konsep kota masa depan bernama *Smart City*.

*Smart city* merupakan sebuah kota pintar yang mampu menggunakan SDM, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan manajemen sumber daya

yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat (Chaffers, 2010). Tujuan dari konsep *smart city* ini adalah untuk menentukan konsep tata letak kota yang cerdas dan berkarakter. *Smart city* ini pada intinya memiliki 6 dimensi yaitu ekonomi yang cerdas, mobilitas cerdas, lingkungan pintar, masyarakat cerdas, Kehidupan yang cerdas dan pemerintahan yang cerdas. (pekanbaru.tribunnews.com).

Konsep *smart city* ini merupakan sebuah konsep inovasi daerah yang telah diatur dalam Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang pemerintah daerah dalam bab XXI bertajuk Inovasi daerah pasal 386 - pasal 390. Dalam undang-undang tersebut dikatakan bahwa pemerintah daerah harus melakukan inovasi yang menunjang pembangunan daerah.

Program *smart city* diluncurkan di kota Pekanbaru oleh bapak Walikota DR. H. Firdaus, ST. MT, pada tanggal 23 Juni 2016 bertepatan dengan peringatan hari jadi kota Pekanbaru ke 232 (bappeda.pekanbaru.go.id). Program *smart city* dijalankan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian (Diskominfo) kota Pekanbaru, Bidang Penyelenggara e- Government. Dinas yang dibentuk melalui OPD ini diberikan amanah langsung oleh walikota Pekanbaru untuk melakukan perencanaan dan pelaksanaan Program *Smart city*. Hal tersebut seperti yang dijelaskan dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 107 Tahun 2016 bab IV bagian keempat mengenai tugas dan fungsi Bidang Penyelenggara e-Government yaitu melakukan penyiapan, perumusan, dan pelaksanaan kegiatan di bidang infrastruktur dan teknologi, pengembangan pengelolaan aplikasi serta keamanan informasi dan komunikasi.

Program baru yang diluncurkan kurang dari satu tahun ini masih sangat perlu untuk dilakukan sosialisasi kepada masyarakat. Dikarenakan masyarakat kota Pekanbaru masih banyak yang belum

mengetahui mengenai program pemerintah tersebut. Secara tidak langsung Program *Smart city* ini telah dikomunikasikan kepada masyarakat. Komunikasi tersebut dilakukan melalui website-website resmi pemerintah dan berita-berita online, akan tetapi dikarenakan masyarakat Pekanbaru yang sedikit pasif untuk mencari tahu mengenai program pemerintah, informasi mengenai program *Smart city* ini tidak tersebar secara baik. Hal tersebutlah yang melandasi masih perlunya dilakukan sosialisasi oleh Diskominfo Kota Pekanbaru.

Tujuan dilakukannya sosialisasi program *smart city* ini yaitu memberikan informasi serta penjelasan mengenai fungsi dan tujuan dari program *smart city*. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat nantinya mendukung dan ikut serta dalam mewujudkan program *smart city* di kota Pekanbaru. Untuk memperkenalkan *smart city* kepada masyarakat kota Pekanbaru Diskominfo melakukan perencanaan untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Sosialisasi program *smart city* yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Pekanbaru sangat memerlukan perencanaan khusus kepada masyarakat dan target sasaran lainnya. Perencanaan komunikasi program *smart city* tersebut bertujuan untuk mengetahui secara pasti dengan siapa, apa, dan media apa yang layak dan pantas digunakan dalam mencapai sasaran yang sesuai. Perencanaan sosialisasi program *smart city* tersebut juga bertujuan agar penyebaran pesan dapat berlangsung secara efektif dan tepat sasaran. Sasaran yang diharapkan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru yaitu seluruh masyarakat Pekanbaru dan dinas-dinas yang berada di lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru.

Perencanaan komunikasi dalam mensosialisasikan program *smart city* tersebut telah disusun dalam program kerja Diskominfo Kota Pekanbaru. Perencanaan sosialisasi program *smart city*

ini merupakan perencanaan tahap awal yang memakan waktu hampir mencapai satu tahun. Perencanaan dalam mensosialisasikan program *smart city* kali ini dikatakan oleh Plt. Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian kota Pekanbaru dilakukan dengan sungguh-sungguh dan direncanakan dengan matang, dikarenakan program *smart city* tersebut merupakan salah satu program besar pemerintah yang mana nantinya program tersebut diharapkan dapat membawa kota Pekanbaru kearah yang lebih baik.

Latar belakang yang telah dipaparkan diatas menjadi acuan dan perhatian bagi penulis sehingga memunculkan berbagai macam pertanyaan mengenai bagaimana perencanaan komunikasi dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program *Smart City* kepada masyarakat kota Pekanbaru, terkait perencanaan sasaran, tujuan, pesan, media dan evaluasi program.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Strategi Komunikasi**

Strategi merupakan kegiatan perencanaan yang disusun secara cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Effendy (2009: 32) di dalam buku Teori dan Praktik Komunikasi, menyatakan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Proses komunikasi didukung oleh beberapa unsur yakni sumber, pesan, saluran, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan atau situasi. Agar seluruh unsur komunikasi dapat berjalan dengan optimal. maka diperlukan adanya strategi dalam sebuah proses komunikasi.

Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu secara makro (*planned multimedia strategy*) atau mikro (*single communication medium strategy*) Berdasarkan aspek tersebut, strategi komunikasi memiliki fungsi ganda (Effendy, 2009:28), yaitu:

- a) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b) Menjembatani “kesenjangan budaya” akibat kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan dapat merusak nilai-nilai budaya.

Pelaksanaan strategi komunikasi memerlukan perencanaan mendalam agar strategi yang akan dilaksanakan berjalan dengan optimal.

### **Perencanaan Komunikasi**

Perencanaan yang tepat akan mendukung komunikator mencapai tujuan komunikasi secara efisien. Keufman dalam Cangara (2014:22) menyatakan:

“Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.”

John Middleton (1978) dalam Cangara (2014:83) mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Pengertian tentang komunikasi dan perencanaan dari para ahli diatas, dapat disimpulkan secara sederhana bahwa perencanaan komunikasi adalah suatu proses komunikasi oleh komunikator

dalam menyusun pesan yang akan disampaikan dan menetapkan bagaimana cara yang efektif digunakan untuk menyampaikan pesan ke komunikan sehingga tujuan dari komunikasi dapat terwujud.

### **Perencanaan Komunikasi Alur Tanda “?”**

Cangara (2013), didalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Model perencanaan komunikasi alur tanda “?” terdiri atas tujuh langkah, yakni:

- a. Identifikasi target khalayak
- b. Bangun Apa yang dicapai
- c. Pikirkan apa yang seharusnya termuat dalam pesan
- d. Seberapa banyak komitmen yang diperlukan
- e. Pilih saluran (media mix) yang tepat
- f. Buat rencana komunikasi
- g. Ukur keberhasilan yang dicapai

### **Sosialisasi**

Menurut Soerjono Soekanto (2002) sosialisasi adalah proses yang menempatkan anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat di tempat dia menjadi anggota masyarakat.

Sedangkan menurut Karel J. Veeger (dalam Soerjono Soekanto, 2002) sosialisasi adalah suatu proses belajar mengajar. Artinya sosialiasi merupakan cara memberikan pemahaman dan pengertian kepada orang lain agar dapat saling mengerti.

Sosialisasi merupakan pengertian yang mencakup proses memahami dalam dua arah, yaitu :

- 1) Masyarakat memahami siapa pengelola organisasi dan keberadaan organisasi.
- 2) Pengelola organisasi memahami masyarakat.

Menurut pengertian pertama, definisi sosialisasi adalah kegiatan yang dilakukan organisasi untuk memperkenalkan diri dan mendiskusikan manfaat-manfaat yang diperoleh dari produk yang telah dibuat untuk diberikan kepada masyarakat. Sedangkan pengertian yang kedua, sosialisasi adalah proses pengelola organisasi melebur dan memahami masyarakat. Proses sosialisasi dapat dimaknai sebagai membuka pintu gerbang komunitas agar organisasi dan programnya diterima dan mendapat sambutan baik dari masyarakat. Keadaan demikian menjadi dasar yang kuat bagi terjalannya hubungan kemitraan dengan masyarakat.

### **Program Smart City**

*Smart City* adalah sebuah konsep kota cerdas/pintar yang membantu masyarakat yang berada di dalamnya dengan mengelola sumber daya yang ada dengan efisien dan memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat/lembaga dalam melakukan kegiatannya atau pun mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya. *Smart City* cenderung mengintegrasikan informasi di dalam kehidupan masyarakat kota. Definisi lainnya *Smart City* didefinisikan juga sebagai kota yang mampu menggunakan SDM, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat (Caragliu, A., dkk dalam Schaffers, 2010:3 dalam Wikipedia 2015).

Dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa *smart city* itu sebuah kota pintar yang membantu masyarakat disuatu kota untuk bisa mengelola apa yang ada disekitarnya dengan sebaik mungkin dan membantu masyarakat untuk hidup lebih baik, dan nyaman akan kotanya.

Smart city diidentifikasi pada 6 sumbu utama yaitu:

1. *Smart Government*
2. *Smart Economy*
3. *Smart Live*
4. *Smart Living*
5. *Smart Peopole*
6. *Smart Mobility*

Tujuan dari konsep *smart city* ini adalah untuk mengatasi berbagai karakteristik inovasi ekosistem oleh semua gagasan *smart city* diantaranya menjadi kota hijau, saling berhubungan, terpadu untuk semua lapisan dan bentuk kota. Perencanaan *smart city* menggunakan model referensi untuk menentukan konsep tata letak kota yang cerdas dan berkarakter.

### **Metode Penelitian**

#### **Desain penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan suatu proses mencari atau menemukan fakta secara sistematis dalam waktu tertentu dengan menggunakan metode ilmiah berdasarkan aturan-aturan yang berlaku.

#### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi yang dilakukan tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam mengelola data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Maka yang menjadi fokus penelitian yaitu :

- a. Sasaran sosialisasi dalam Perencanaan Komunikasi
- b. Tujuan sosialisasi dalam Perencanaan Komunikasi
- c. Pesan sosialisasi dalam Perencanaan Komunikasi
- d. media komunikasi sosialisasi dalam Perencanaan Komunikasi
- e. Evaluasi Sosialisasi dalam Perencanaan Komunikasi

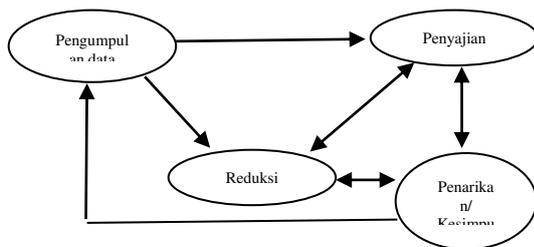
## Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian ini, yaitu :

- a. Observasi: Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung.
- b. Wawancara: Wawancara dimaksudkan sebagai upaya memperoleh informasi dari orang yang diwawancarai (informan).
- c. Dokumentasi: Pengumpulan data berupa dokumen atau arsip, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini

## Teknik Analisis data

### Model Analisis Data Interaktif



Sumber: Miles & Huberman, 1992: 20

## Teknik Keabsahan Data

### Triangulasi Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang relevan didalam penelitian ini, yaitu triangulasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi memungkinkan peneliti untuk *re-check* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

### Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan pada penelitian dapat menguji ketidak benaran informasi yang diperkenalkan oleh distorsi, baik berasal dari diri sendiri maupun dari informan dan membangun kepercayaan subjek. Perpanjangan keikutsertaan menuntut peneliti untuk ikut langsung kedalam lokasi dan dalam waktu yang cukup panjang guna mendeteksi dan

memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data. Selain itu perpanjangan keikutsertaan juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan para subjek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti itu sendiri (Moleong, 2010: 329).

## Pembahasan dan Hasil Penelitian

### Sajian Data

Pada bagaian ini penulis menyajikan semua data yang diperoleh dari hasil selama penelitian dengan cara wawancara kepada para narasumber dan informan. Dalam hal ini akan memberikan uraian dan penjelasan hasil penelitian berdasarkan fokus tinjauan. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara bersama Komsioner Komisi Pemilihan Umum Kota Samarinda dan Sekretaris Komisi Pemilihan Umum Kota Samarinda, berikut hasil wawancaranya sesuai dengan fokus penelitian penulis :

### Pembahasan

Dari hasil penelitian, perencanaan komunikasi Dinas Komunikas, informatika, Statistik dan Persandian (Diskominfo) Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Program *Smart City*. Perencanaan komunikasi yang dimaksud adalah untuk memperhatikan dan menentukan komponen-komponen komunikasi serta meminimalisir faktor-faktor penghambat pada setiap komponen tersebut dalam hal untuk mewujudkan tujuan dari sosialisasi program *smart city*.

Adapun tujuan Diskominfo Kota Pekanbaru dalam konteks sosialisasi program smart city yaitu, ditujukan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai program *smart city* tersebut yang mana nantinya dengan keikutsertaan masyarakat dalam penyuksesan program tersebut dapat mewujudkan visi yang telah ditetapkan yaitu Terwujudnya Pekanbaru sebagai Kota Metropolitan yang Madani. Sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Kota Pekanbaru ini merupakan upaya untuk memberikan gambaran kedepan

dengan terwujudnya program *smart city* di Kota Pekanbaru kepada masyarakat luas. Mengacu pada teori perencanaan komunikasi, sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan dan hambatan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai.

Cangara dalam bukunya yang berjudul "Perencanaan dan Strategi Komunikasi" menyatakan bahwa perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sederhana selalu dikaitkan dengan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam menyukseskan suatu program, yakni semua staf atau *stakeholder*-nya harus dapat memahami tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, waktu yang paling tepat untuk membentuk pemahaman terhadap perencanaan komunikasi adalah pada tahap awal dimulainya suatu program.

Perencanaan komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program *smart city*, berdasarkan teori komunikasi dari Harold D. Laswell yang dikutip oleh Effendy (2003: 253), menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah:

1. *Who?* (Siapa mengatakan apa?)
2. *What?* (Pesan apa yang dikatakan?)
3. *In With Channel?* (Media apa yang digunakan?)
4. *To Whom?* (Siapa Komunikannya?)
5. *With What Effect?* (Efek apa yang diharapkan?)

Dalam konteks sosialisasi program *smart city* tersebut, tentunya siapa yang melakukan sosialisasi yakni Diskominfo

Kota Pekanbaru. "Pesan apa yang dikatakan", adalah tentang informasi seputar program *Smart city* serta ajakan agar target sasaran ikut dalam penyuksesan program. "Media apa yang digunakan?", sosialisasi program *smart city* dilakukan dengan metode dan media, yaitu: metode dengan komunikasi tatap muka, melalui media massa dan mobilisasi sosial. Sedangkan media yang digunakan utamanya adalah media cetak seperti surat kabar dan majalah serta menggunakan media elektronik internet (*website* dan *facebook*) dan videotron. "Siapa Komunikannya?", dalam hal ini sasaran sosialisasi *smart city* yaitu masyarakat umum yang belum mengetahui program *smart city* ini dan difokuskan untuk seluruh dinas yang berada di lingkungan pemerintahan Kota Pekanbaru. "Efek apa yang diharapkan?", maksudnya ditujukan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya keikutsertaan serta kesadaran masyarakat dalam penyuksesan program *smart city* sebagai salah satu program yang dijalankan oleh pemerintah.

### **Perencanaan Sasaran Komunikasi**

Dalam sosialisasi program *smart city* ini, Diskominfo Kota Pekanbaru telah melakukan klasifikasi khalayak yang menjadi fokus sasaran sosialisasi. Secara umum Diskominfo Kota Pekanbaru menetapkan sasaran komunikasinya kepada seluruh masyarakat Kota Pekanbaru yang belum mengetahui dan memahami mengenai program *smart city*. Namun secara spesifik Diskominfo menetapkan sasaran komunikasinya kepada seluruh dinas yang berada di lingkungan Kota Pekanbaru. Segmentasi ini dipilih, karena dianggap menjadi sasaran atau target yang prospektif dalam membantu terwujudnya program *smart city* di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan pengamatan peneliti, pihak Diskominfo Kota Pekanbaru menyadari belum dapat menjangkau sasaran sosialisasi secara menyeluruh pada

sosialisasi tahapan pertama ini. Meskipun pihak Diskominfo telah berusaha melakukan sosialisasi ke beberapa sasaran, namun tetap saja hal tersebut kurang terlaksana dengan maksimal, bahkan ada beberapa sasaran yang tidak tersentuh sosialisasi tersebut. Hal tersebut diakibatkan karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang melakukan sosialisasi program *smart city* tersebut.

Melihat kondisi tersebut, Diskominfo Kota Pekanbaru dalam menyusun rencana sosialisasi selanjutnya membuat rancangan tim serta penambahan SDM yang akan melakukan sosialisasi, terlebih melakukan evaluasi dan koordinasi dengan Walikota terkait alokasi kekurangan SDM, sehingga nantinya dihapkan adanya penambahan SDM yang diutus oleh walikota, agar proses sosialisasi dapat menjangkau seluruh target sasaran dan khalayak serta tidak akan ada lagi alasan terkait SDM yang terbatas.

#### **Perencanaan Tujuan Komunikasi**

Berdasarkan surat keputusan (SK) Walikota dan juga kebijakan kepala dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam penetapan tujuan dan target pencapaian dalam sosialisasi program *smart city*. Secara umum Diskominfo telah menetapkan tujuan sosialisasi yakni merealisasikan visi dari kota Pekanbaru yang telah di buat oleh walikota pekanbaru yang merupakan point utama dalam jabatan walikota saat ini yaitu "Terwujudnya Pekanbaru sebagai Kota Metropolitan yang Madani".

Sementara target capaian secara khusus pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo yakni mengajak serta memberikan informasi kepada seluruh Dinas yang ada di lingkungan pemerintah Kota Pekanbaru serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya keikutsertaan seluruh lapisan masyarakat dalam penyuksesan program, dimana masyarakat diharapkan turut

bertanggung jawab penuh untuk bersikap aktif, bukan pasif atau apatis akan program pemerintah.

Pada dasarnya tujuan perencanaan menjelaskan hasil-hasil apa saja yang harus dicapai pada setiap khalayak sasaran. Tujuan dapat menjadi target yang mendasar bagi Diskominfo Kota Pekanbaru dalam pencapaian keberhasilan program. Tujuan komunikasi adalah tercapainya suatu pemahaman bersama atau yang biasa disebut mutual understanding antara dua atau lebih partisipan komunikasi terhadap suatu pesan melalui saluran komunikasi.

Dalam merealisasikan tujuan tersebut pihak Diskominfo juga melakukan kerjasama dengan beberapa pihak untuk membantu dalam mewujudkan program. Pihak yang melakukan kerjasama dengan Diskominfo yaitu Telkom, Telkomsel dan Diskominfo juga bekerjasama dengan beberapa universitas berbasis IT. Dengan pencapaian tersebut diskominfo mengharapakan untuk dapat merealisasikan seluruh perencanaan yang telah direncanakan.

#### **Perencanaan pesan Komunikasi**

Dalam tahap ini, pesan disusun dan ditujukan pada setiap khalayak yang menjadi target sasaran dalam program *smart city* kota Pekanbaru, yakni seluruh dinas yang berada di lingkungan pemerintahan Kota Pekanbaru dan Masyarakat Kota Pekanbaru. Pesan-pesan yang dikomunikasikan dalam sosialisasi ini diharapkan dapat mengubah persepsi negatif terdahulu masyarakat mengenai kota Pekanbaru dan membantu mewujudkan Pekanbaru menjadi kota yang cerdas. Sehingga masalah-masalah yang dihadapi masyarakat dapat terminimalisir dan nantinya masyarakat lebih dimudahkan dengan adanya program ini.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa pesan yang disampaikan Diskominfo dalam mensosialisasikan program *smart city* ini disampaikan dalam bentuk pesan persuasif dan juga pesan informatif. Pesan

tersebut berupa informasi yang berkaitan dengan program *Smart city*, pesan yang disampaikan berisikan apa-apa saja yang akan dilakukan Diskominfo dan juga pemerintah Kota Pekanbaru berkaitan dengan program tersebut dan juga berisikan tujuan program tersebut. Pesan yang disampaikan dibuat secara sederhana agar dapat membantu pemahaman audience, akan pesan yang Diskominfo sampaikan dapat diorganisasikan sedemikian rupa sehingga penyampaiannya menjadi teratur.

Selain memberikan informasi Diskominfo kota Pekanbaru juga mengajak masyarakat kota Pekanbaru untuk ikut membantu pemerintah dalam mewujudkan *smart city* di kota Pekanbaru. Diskominfo mengajak masyarakat kota Pekanbaru untuk lebih aktif lagi dalam mencari informasi mengenai *smart city* dan menggunakan sarana prasarana berbasis IT yang disediakan oleh pemerintah dalam rangka mewujudkan program tersebut. Dalam pesan ini diskominfo merancang pesan yang bersifat mengajak sehingga nantinya diharapkan seluruh masyarakat kota Pekanbaru ikut dalam mensukseskan program *smart city* tersebut.

### **Perencanaan Media Komunikasi**

Setelah perencanaan pesan komunikasi ditentukan barulah menentukan media apa saja yang menjadi saluran komunikasi. Secara umum ada dua media komunikasi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam upaya menginformasikan program *smart city*, yaitu media cetak dan media elektronik. Media lokal dipilih karena pesan yang disampaikan dapat menjangkau khalayak lokal dan kecepatannya pesannya tidak terbatas. Media ini digunakan dari awal berdiri dan setiap ada program kegiatan yang dilaksanakan oleh Diskominfo Kota Pekanbaru. Media online dan media sosial digunakan karena pesan yang disampaikan dapat menjangkau khalayak secara nasional.

Salah satu bentuk media komunikasi adalah media cetak, yaitu berbagai macam barang yang dicetak, yang mana dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan informasi. Penggunaan media cetak masih menjadi salah satu cara Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Adapun bentuk media cetak yang digunakan koran dan majalah.

Dari data yang didapat penulis dilapangan dapat disimpulkan, Program *smart city* adalah program yang telah diterapkan di Kota Pekanbaru. Program *smart city* ini bahkan tergolong menarik minat dinas-dinas yang berada di lingkungan pemerintah kota dan beberapa kalangan masyarakat. Fungsi dari surat kabar ikut berperan penting dalam membantu menginformasikan program tersebut. Program *smart city* ini diketahui masyarakat luas dengan cara pihak media meliputi setiap kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo kemudian dimuat di dalam Koran dan disebarluaskan kepada masyarakat.

Disamping penggunaan media cetak, media lain yang digunakan oleh Diskominfo Kota Pekanbaru adalah media elektronik. Penggunaan media ini tidak kalah penting dengan media lainnya, sebab dinilai lebih up to date dengan perkembangan zaman. Menurut Cangara (2013: 123), Media elektronik merupakan media yang baik dalam menyampaikan pesan kepada khlayak karena bisa menembus ruang dan waktu, sehingga pesan dapat sampai dengan cepat meliputi semua wilayah. Jadi Diskominfo Kota Pekanbaru, dalam mensosialisasikan program *smart city* menggunakan media elektronik sebagai sarana untuk menjangkau khlayak yang lebih luas.

Diskominfo Kota Pekanbaru dalam mensosialisaikna program *smart city* ini memiliki *website* resmi, yaitu [www.pekanbaru.go.id/](http://www.pekanbaru.go.id/) serta media juga menggunakann media facebook di Dinas

Kominfo Pekanbaru. Melalui website tersebut Diskominfo memberikan informasi mengenai program-program dan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Diskominfo beserta Walikota Pekanbaru dan jajaran-jajarannya serta memperlihatkan hasil-hasil dokumentasi dalam pelaksanaan Penerapan Program *Smart City*.

Penggunaan media pendukung seperti Videotron atau LED *display* juga dipergunakan. Videotron adalah media yang dapat menampilkan video atau teks dengan menggunakan teknologi *light emitting diode* (LED). LED bekerja dengan cara mengubah listrik menjadi cahaya dengan menggunakan semikonduktor. Saat ini penggunaan videotron semakin banyak dan menyebar dengan didukungnya peraturan dari pemerintah, dan juga manfaat dari penggunaan videotron yang lebih efektif dan efisien dibandingkan media konvensional seperti billboard.

Diskominfo Kota Pekanbaru juga memanfaatkan media ini untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai program dan menginformasikan apa saja yang berhubungan dengan program *smart city*. Media ini dianggap efektif dikarenakan letaknya yang strategis dan tampilan yang dapat menarik perhatian masyarakat. Diskominfo Kota Pekanbaru memasang informasi ini di beberapa titik di jalan kota Pekanbaru sesuai dengan kebutuhan dan banyaknya informasi yang akan disampaikan di dalamnya.

Hasil pengamatan penelitian penulis, Diskominfo dalam melakukan perencanaan program ini masih dirasa kurang maksimal. Kurang maksimalnya penyebaran informasi menggunakan *new media* atau media baru seperti internet dan sebagai penunjang untuk menancapkan pesan kepada sasaran sosialisasi yang dituju. Diskominfo dalam sosialisasinya memprioritaskan penyebaran informasi melalui *website* dan *media online* dengan menggunakan media ini seringkali terjadi kesalahpahaman dalam memahami isi pesan. Akan lebih efektif apabila

Diskominfo juga melakukan seminar langsung dalam melakukan sosialisasi program ini dengan melakukan komunikasi langsung pesan yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh target sasarnya. Selain itu Diskominfo Kota Pekanbaru juga harus menambahkan media pendukung agar penyebaran informasi program ini tersebar secara luas kepada masyarakat.

### **Evaluasi Perencanaan Komunikasi**

Kegiatan evaluasi sangat melekat pada perencanaan komunikasi. Dengan evaluasi program merupakan petunjuk untuk mengetahui keberhasilan atau ketidakberhasilan dari kegiatan tersebut. Cangara (2014: 174) mengemukakan bahwa evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi.

Dalam hampir satu tahun pelaksanaan sosialisasi program *smart city* ini, belum ada bentuk kegiatan evaluasi secara formal yang dilakukan oleh pihak Diskominfo Kota Pekanbaru terhadap kegiatan sosialisasi program *smart city* ini. Sejauh ini diskominfo Kota Pekanbaru hanya membahas perkembangan sosialisasi ini dalam rapat saja.

Perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo ini dapat dikatakan kurang maksimal dikarenakan ada beberapa pencapaian yang tidak dapat direalisasikan, akan tetapi ada juga yang terealisasikan. Dalam pencapaian tujuan Diskominfo Kota Pekanbaru telah mencapai beberapa point yang telah terealisasi diantaranya:

1. *Lauching* beberapa aplikasi yang menunjang pelayanan untuk masyarakat,
2. *Wi-fi* gratis yang tersebar di beberapa fasilitas umum.

3. *Sim card* gratis untuk masyarakat.
4. Ruang Terbuka Hijau sebagai fasilitas rekreasi masyarakat.
5. Dan lain-lain.

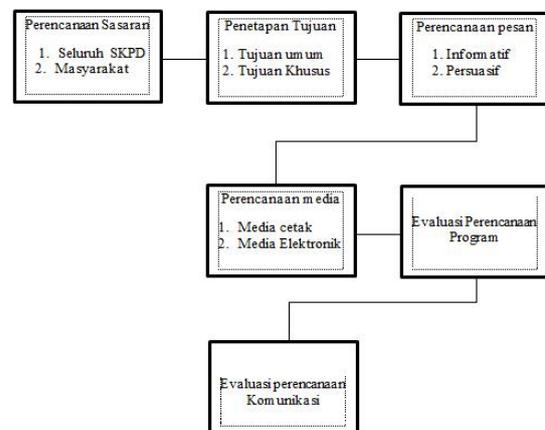
Pencapaian yang tidak dapat direalisasikan dengan maksimal oleh pihak Diskominfo sendiri yaitu, Diskominfo Kota Pekanbaru telah menargetkan sosialisasi akan dilakukan seluruh dinas yang berada di lingkungan pemerintahan Kota Pekanbaru pada sosialisasi tahap awal ini, namun pada data yang penulis peroleh hanya beberapa dinas yang telah dilakukan sosialisasi. Ketidakberhasilan ini diakibatkan oleh beberapa hambatan yang dirasakan pihak Diskominfo Kota Pekanbaru. Hambatan tersebut salah satunya yaitu minimnya Sumber daya manusia (SDM) untuk melakukan sosialisasi program *smart city*.

Hal tersebut mengindikasikan lemahnya evaluasi yang dilakukan Diskominfo, padahal tahapan evaluasi menjadi sangat penting dalam sebuah perencanaan komunikasi. Dari evaluasi tersebut tentunya akan menjadi materi dasar dalam menyusun perencanaan pada kegiatan selanjutnya. Tidak adanya kegiatan evaluasi secara formal tersebut menjadikan Diskominfo Kota Pekanbaru tidak dapat mengukur secara pasti hasil yang telah dicapai dalam mensosialisasikan *smart city* tersebut.

Agar perencanaan yang telah direncanakan berjalan dengan lancar untuk kedepannya sebaiknya Diskominfo Kota Pekanbaru melakukan penyusunan ulang beberapa perencanaan agar sosialisasi program *smart city* berjalan dengan maksimal, dan juga Diskominfo Kota Pekanbaru sebaiknya melakukan evaluasi program yang dijalankan minimal 1 kali dalam setiap bulannya, karena evaluasi merupakan kegiatan yang penting dalam perencanaan komunikasi, evaluasi tersebut nantinya digunakan sebagai dasar melaksanakan kegiatan sosialisasi program *smart city* berikutnya.

Berdasarkan model perencanaan komunikasi yang peneliti gunakan dalam

penelitian ini yaitu perencanaan komunikasi alur tanda “?” dalam Cangara (2014) yang mana meliputi: perencanaan sasaran komunikasi, penentuan tujuan perencanaan komunikasi, perencanaan pesan komunikasi, perencanaan pemilihan media dalam perencanaan komunikasi dan evaluasi dari perencanaan komunikasi. Untuk lebih meyakinkan pembahasan, maka penulis menggambarkan bagan perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru sebagai berikut:



Sumber: Olahan Peneliti, 2017

### Kesimpulan

1. Dari aspek perencanaan sasaran dapat diketahui bahwa dalam analisis khalayak Diskominfo Kota Pekanbaru akan melakukan sosialisasi kepada seluruh dinas yang berada di lingkungan Kota Pekanbaru pada khususnya dan masyarakat Kota Pekanbaru pada umumnya.
2. Dari aspek rancangan pesan dapat diketahui Diskominfo Kota Pekanbaru dalam melakukan sosialisasi pesan yang disampaikan berupa pesan persuasif dan pesan informatif.
3. Dilihat dari aspek pemilihan media dalam sosialisasi dapat diketahui Diskominfo Kota Pekanbaru dalam melakukan sosialisasi dengan cara mengadakan seminar IT yang diadakan untuk masyarakat. Dalam

Komunikasi bermedia Diskominfo Kota Pekanbaru memilih media masa yang terdiri dari media cetak dan media elektronik seperti Koran dan videotron. Dalam pemilihan media internet dapat diketahui Diskominfo Kota Pekanbaru menggunakan media internet berupa website dan aplikasi yang bisa di download di perangkat Smartphone.

4. Dari aspek penentuan tujuan dapat diketahui bahwa Diskominfo Kota Pekanbaru mempunyai tujuan umum dan tujuan khusus.
5. Diskominfo Kota Pekanbaru belum melakukan evaluasi secara formal sehingga perencanaan yang telah disusun belum maksimal dan belum mencapai tujuan sosialisasi.

#### Saran

1. Dalam menentukan sasaran komunikasi sebaiknya Diskominfo melakukan identifikasi secara detail berdasarkan konsep yang ada sehingga pemberian informasinya dapat lebih dinamis.
2. Dalam membuat perencanaan pesan, Diskominfo diharapkan mampu memperbaharui setiap pesan yang akan disampaikan, hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan tidak monoton dan sesuai dengan perkembangan zaman dan pola pikir masyarakat yang bersifat dinamis.
3. Diskominfo Kota Pekanbaru sebaiknya harus menambah media sosialisasi yang digunakan seperti memperbanyak memasang baliho, memperbanyak memasang spanduk, dan setiap bulannya harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat.
4. Diskominfo Kota pekanbaru sebaiknya melakukan koordinasi dan evaluasi secara formal. Agar hasil dari perencanaan yang telah direncanakan dapat terlihat jelas.

5. Evaluasi dalam kegiatan perencanaan ini sebaiknya selalu dilakukan minimal dalam satu bulan sekali agar tujuan yang ingin dicapai dilaksanakan dengan maksimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bagong, Suyanto J. Dwi Narwoko. 2011. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Media Group
- Bungin, Burhan. 2009. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- . 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Raja Grafindo
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Purnada Media Group
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group
- Patilima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo Persada
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Syam, Nina Winangsih. 2001. *Perencanaan Pesan dan Media*. Jakarta: Universitas Terbuka

Widjajanto, Kenmada. 2013. *Perencanaan Komunikasi*, Konsep dan Aplikasi. Bandung: Ultimus

Yasir. 2011. *Perencanaan Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Universitas Riau

#### **Sumber lain**

Komaridah, Sekar. 2015. *Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan*. Samarinda: Universitas Mulawarman

Fachri. 2016. *Perencanaan Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kalimantan Timur 2013 Di Kota Samarinda*. Samarinda: Universitas Mulawarman

Kristanto, Yoppi. 2016. *Perencanaan Komunikasi Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Sensus Ekonomi 2016*. Pekanbaru: Universitas Riau

Mahesa, Tessa Julien. 2016. *Strategi Komunikasi Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal dalam Mensosialisasikan Kebijakan Sistem OSS pada Masyarakat Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Riau

(<http://bappeda.pekanbaru.go.id/berita/1699/walikota-pekanbaru-launching-pekanbaru-smart-city/page/1/>) diakses pada 20 januari 2017

(<http://www.voaindonesia.com/a/kota-kota-indonesia-menuju-konsep-smart-city/3024412.html>) diakses pada 23 february 2017

(<http://pekanbaru.tribunnews.com/2016/06/24/ini-dia-pengertian-dan-konsep-smart-city>) diakses pada 2 Maret 2017

(File:///C:/Users/user/Downloads/Documents/MAJALAH%20JANUARI.pdf) diakses pada 6 Juni 2017

( <http://www.pekanbaru.go.id/>) diakses pada 6 Juni 2017