

Analisis Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dalam Diseminasi Informasi Terkait Aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps

Chalista Devi Hendriyani¹, Moch. Armien Syifaa Sutarjo²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, chalistata@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, mocharmiensyifaas@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research aims to analyze the communication strategy carried out by the West Java Province Communication and Information Service (Diskominfo Jabar) in disseminating information regarding the Sapawarga-Jabar Super Apps application. This application is a digital innovation developed to facilitate public access to public services and government information. This research uses a descriptive qualitative approach with a post-positivism paradigm, utilizing data from interviews and observations to explore the communication strategies implemented. The research results show that digital communication strategies through social media such as Instagram and TikTok are able to reach a wider audience and faster than conventional methods. Despite facing the challenge of low public digital literacy, the West Java Diskominfo has succeeded in overcoming this obstacle by educating the public through informative and interactive content. In contrast, traditional communication strategies through surveys and campaigns are effective in increasing awareness in specific areas but have limitations in reach. Therefore, digital communication strategies are considered superior in expanding the reach and effectiveness of information dissemination. It is hoped that this research can become a reference for developing other government communication strategies, as well as providing practical suggestions for increasing public participation in using the Sapawarga-Jabar Super Apps application.

Keywords-Diskominfo, information dissemination, government communication, Sapawarga West Java Super Apps, communication strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat (Diskominfo Jabar) dalam menyebarkan informasi mengenai aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps. Aplikasi ini merupakan inovasi digital yang dikembangkan untuk mempermudah akses masyarakat terhadap layanan publik dan informasi pemerintah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma post-positivisme, memanfaatkan data dari wawancara dan observasi untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih cepat dibandingkan metode konvensional. Meskipun menghadapi tantangan rendahnya literasi digital masyarakat, Diskominfo Jabar berhasil mengatasi kendala ini dengan mengedukasi masyarakat melalui konten informatif dan interaktif. Sebaliknya, strategi komunikasi tradisional melalui survei dan kampanye efektif dalam meningkatkan kesadaran di wilayah tertentu tetapi memiliki keterbatasan dalam jangkauan. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital dinilai lebih unggul dalam memperluas jangkauan dan efektivitas penyebaran informasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi komunikasi pemerintah lainnya, serta memberikan saran praktis untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penggunaan aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps.

Kata Kunci_Diskominfo, diseminasi informasi, komunikasi pemerintah, Sapawarga Jabar Super Apps, strategi komunikasi

I. PENDAHULUAN

Era transformasi digital seperti saat ini, teknologi informasi semakin banyak dimanfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat untuk saling terhubung dan memperoleh informasi. Masifnya transformasi teknologi dalam berkomunikasi ini juga dimanfaatkan oleh instansi pemerintah dalam penyediaan informasi bagi masyarakat. Salah satu yang memanfaatkannya adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Barat (Diskominfo Pemprov Jabar) lewat peluncuran aplikasi digital untuk layanan publik yang diberi nama Sapawarga. Menurut situs web *jabarprov.go.id*, perilisasi aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps oleh Diskominfo Pemprov Jabar merupakan inovasi untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan publik dan informasi terbaru. Aplikasi ini dikembangkan oleh Jabar Digital Service (JDS) atau Unit Pelaksana Teknis Pengelola Layanan Digital, Data, dan Informasi Geospasial di bawah Diskominfo Pemprov Jabar. Diskominfo sendiri merupakan lembaga daerah yang tugas pokoknya menyelenggarakan urusan pemerintahan berdasarkan asas pemerintahan mandiri dan bantuan di bidang komunikasi, teknologi informasi, dan kehumasan.

Sapawarga- Jabar Super Apps ini memiliki potensi besar menjadi alat yang efektif dalam penyampaian informasi dari pemerintah ke pihak masyarakat. Aplikasi ini dirancang bisa diunduh oleh ponsel pintar lewat toko aplikasi yang tersedia sehingga bisa dinikmati dan dimanfaatkan secara umum untuk publik. Dibuatnya layanan semacam ini oleh Diskominfo, harapannya dapat memudahkan pihak masyarakat Jabar dalam melakukan pengaksesan pelayanan dari Pemprov Jabar. Pemprov Jabar sendiri dapat melakukan diseminasi informasi yang lebih mudah diakses terkait kebijakan, program pembangunan, dan layanan publik lainnya kepada pihak masyarakat. Aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps ini telah melakukan banyak kerjasama dengan berbagai perangkat pemerintah daerah yang implementasinya diwujudkan lewat berbagai fitur bermanfaat untuk memudahkan masyarakat Jabar, contohnya seperti pembayaran pajak kendaraan bermotor, layanan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), informasi vaksin, akses pengaduan publik, serta di tingkat paling bawah, ada pula pengoptimalisasian pengembangan fitur kegiatan RW. Dengan kompleksitas layanan yang tersedia, tentunya Diskominfo Pemprov Jabar membutuhkan koordinasi dan kolaborasi dengan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) terkait, kelurahan, hingga level Ketua RW.

Inovasi dalam diseminasi informasi lewat Sapawarga-Jabar Super Apps tentu saja memiliki kendala dan tantangannya sendiri, yaitu bagaimana menarik atensi masyarakat untuk menjadi pengguna. Dibutuhkan keterampilan dan ide kreatif Humas Diskominfo Jabar dalam mengemas informasi dan pesan sehingga masyarakat berminat mengunduh aplikasi tersebut. Salah satu caranya dengan memanfaatkan fitur yang tersedia seperti *ticketing* atau penyediaan tiket untuk Galeri Rasulullah di Masjid Al Jabbar saat masjid tersebut baru dibuka. Dari sini masyarakat yang besar dapat dimanfaatkan sehingga menjadi salah satu alasan meningkatnya pengguna aplikasi. Selain itu Humas Diskominfo Jabar juga berusaha menarik minat masyarakat lewat bidang lainnya seperti ajakan pembayaran pajak lewat Sambara (Samsat Mobile Jawa Barat). Namun, masih banyak pengguna yang merasa kesulitan dan tidak mengerti bagaimana menggunakan sistem *ticketing* dan pembayaran pajak melalui Sapawarga- Jabar Super Apps. Penelitian ini ditujukan agar dapat menganalisis strategi yang digunakan oleh Humas Diskominfo Jabar dalam diseminasi program Sapawarga-Jabar Super Apps, sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui cara-cara dalam strategi yang dilakukan oleh Humas Diskominfo Jabar dalam menjangkau masyarakatnya sehingga mendapatkan *feedback* positif dari masyarakat. Merujuk kepada konteks yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi pemerintah Jawa Barat dalam rangka diseminasi informasi terkait aplikasi Sapawarga-Jabar Super.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merujuk kepada pendekatan yang direncanakan dan disusun untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan tujuan tertentu kepada khalayak target seperti yang dikatakan oleh Erwanda Selviana (2019). Dengan kata lain, dalam hal komunikasi, strategi komunikasi diperlukan untuk membuat proses komunikasi dapat dipahami oleh penerima agar mencapai tujuan pendekatan komunikasi. Sehingga, dapat dikatakan bahwa komunikasi sangat penting untuk keberhasilan program. Oleh karena itu, pemerintah harus membuat strategi komunikasi yang tepat dan matang sebelum memulai program atau kampanye apapun kepada masyarakat. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa khalayak atau masyarakat dapat menerima dan memahami pesan atau informasi yang disampaikan. Berdasarkan penjelasan di atas, strategi komunikasi sangat dibutuhkan dalam mengubah atau mengimplementasikan sebuah program, seperti yang dikatakan oleh Hallahan *et al.* (2007) dan Holtzhausen (2011), yaitu komunikasi penting

untuk kinerja yang efektif. Komunikasi dianggap sebagai metode atau strategi yang memungkinkan semua pihak memahami dan memanfaatkan program dengan baik. Strategi komunikasi menggunakan prinsip komunikasi.

Untuk menganalisis strategi komunikasi, ada beberapa langkah yang dapat diterapkan, salah satunya adalah tahapan komunikasi yang dikemukakan oleh Cutlip & Center dalam Atmaja, Kuswarno, & Meikyansah (2020) yang menyatakan, “terdapat dasar acuan bagi PR (*public relations*) dalam melaksanakan program kerjanya yaitu melalui ‘empat langkah proses atau langkah-langkah kunci’”. Langkah-langkah tersebut dapat dimasukkan ke dalam model perencanaan strategi, antara lain:

1. Mendefinisikan masalah (*defining problems*)

Pengidentifikasian masalah dapat melibatkan analisis situasi, memahami persepsi publik, dan menetapkan tujuan yang spesifik untuk komunikasi.

2. Perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*)

Perencanaan melibatkan pemilihan pesan yang tepat, identifikasi audiens target, pemilihan saluran komunikasi yang sesuai, dan pengembangan strategi yang konsisten. Pemrograman mencakup implementasi atau langkah-langkah konkret untuk menjalankan strategi yang telah direncanakan

3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*)

Rancangan pesan ditanamkan ke dalam berbagai saluran komunikasi, seperti media massa, konferensi pers, kampanye sosial, atau media daring. Tindakan nyata diambil untuk mengatasi masalah atau isu yang diidentifikasi, dan komunikasi digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi sikap atau perilaku.

4. Evaluasi program (*evaluating the program*)

Evaluasi dapat dilakukan dengan mengukur sejauh mana tujuan komunikasi tercapai, mengumpulkan umpan balik dari audiens, dan menganalisis dampaknya. Hasil evaluasi digunakan untuk membentuk dasar perbaikan program komunikasi pada masa mendatang.

B. Komunikasi Pemerintah

Komunikasi pemerintahan berperan penting sebagai jembatan bagi pemerintah kepada masyarakatnya, seperti yang dikatakan oleh Canel & Sanders (2022), yaitu komunikasi pemerintah menjadi kian penting dalam beberapa dekade terakhir karena berbagai alasan. Beberapa dari alasan tersebut adalah untuk menjaga nilai-nilai transparansi dan juga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah seperti yang dikatakan oleh Piotrowski (dalam Aoko, 2022), yaitu transparansi merupakan hal mendasar untuk memberikan gambaran akurat mengenai kinerja pemerintah, sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja pemerintah dan menjaga akuntabilitas pemerintah. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa komunikasi pemerintahan bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara pemerintah dengan masyarakatnya. Selaras dengan ini, Minaeva (2019) menyebutkan bahwa strategi komunikasi yang utama dapat dikatakan merupakan harmonisasi hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

C. Diseminasi Informasi

Kegiatan penjangkauan menjadi sangat penting dalam strategi komunikasi sehingga hal tersebut menjadi kunci utama dari komunikasi seperti yang dikatakan oleh Pno (2021), yaitu kegiatan penjangkauan yang bertujuan mengkomunikasikan kegiatan dan hasil proyek kepada khalayak luas, termasuk pemangku kepentingan dan masyarakat umum. Tujuan dari kegiatan penjangkauan dan komunikasi ini adalah untuk memperluas tujuan proyek dan potensi manfaatnya bagi para pemangku kepentingan, meningkatkan kesadaran tanpa mengorbankan hak kekayaan intelektual, serta memperoleh umpan balik dan saran mengenai hasil sementara proyek, untuk memberikan validasi komprehensif terhadap para pemangku kepentingan yang meliputi keseluruhan proyek daerah sasaran pasar. Di era digital seperti ini, diseminasi informasi juga dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat, sehingga memungkinkan penyebaran informasi yang bebas dan leluasa seperti yang dikatakan oleh Mayr (2021), yaitu protokol

komunikasi seluler lintas generasi, seperti standar 5G, memungkinkan komunikasi langsung antar perangkat. Hal ini memungkinkan penyampaian informasi secara langsung ke tengah kerumunan yang bergerak.

D. Aplikasi Pemerintahan

Keberadaan teknologi terapan dalam pemerintahan pada akhirnya membawa kebebasan dan transparansi kepada masyarakat serta memungkinkan penyelesaian tugas-tugas yang semakin kompleks. Saat ini Pemerintah mulai menerapkan *e-government* atau aplikasi pemerintah. Ini sejalan dengan Didi Susianto, *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa *e-government* atau aplikasi pemerintah adalah sistem pemerintahan yang berbasis teknologi dengan tujuan untuk memberikan kemudahan keluarga dan peningkatan layanan pemerintah yang nantinya akan memenuhi kebutuhan masyarakat. *E-government* atau aplikasi pemerintah ini memiliki tujuan pengembangan yang tertuang dalam Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional. Dimana tujuan tersebut dapat meningkatkan implementasi berbasis elektronik untuk bisa meningkatkan kualitas dan efisiensi pelayanan publik.

E. Sapawarga-Jabar Super Apps

Sapawarga-Jabar Super Apps merupakan alat atau fasilitator yang menghubungkan antara Pemprov Jabar dengan masyarakat secara langsung. Sapawarga-Jabar Super Apps ini mulanya memiliki fungsi sebagai alat komunikasi dalam penyampaian informasi dari pemerintah ke masyarakat, khususnya ke ketua RW. Tetapi sekarang setelah berubah menjadi *super apps* yang bisa diakses oleh publik, fungsinya menjadi lebih luas yaitu sebagai alat untuk membuat masyarakat mudah dalam mengakses pelayanan dari pemprov. Karena di dalamnya terdapat beberapa fasilitas pelayanan, seperti tiket Galeri Rasulullah di Masjid Al Jabbar, Sambara untuk melakukan pembayaran pajak, memantau pemutakhiran informasi terkait PPDB, SiJuara untuk mencari lowongan pekerjaan, Aduan Warga, serta Daftar Nomor Darurat atau informasi nomor penting kegawatdaruratan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma *post-positivism*. Tujuan peneliti memilih metode deskriptif yaitu untuk bisa menjelaskan secara mendetail terkait latar belakang, karakter, gambaran yang sistematis, realistis, dan akurat mengenai peristiwa, sifat-sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Sehingga dalam hal ini peneliti dapat mengumpulkan sumber-sumber dengan kasus yang relevan terhadap strategi komunikasi Pemprov Jabar dalam mensosialisasikan aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui wawancara, dan observasi. Metode analisis data yang digunakan yaitudengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan strategi komunikasi oleh Diskominfo dan Jabar Digital Service (JDS) dalam menyebarkan informasi tentang aplikasi Sapawarga Jabar Super Apps menunjukkan beberapa tantangan dan peluang. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. Hal ini menghambat penerimaan dan penggunaan aplikasi secara efektif. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo dan JDS memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menyebarkan informasi. Namun, efektivitas strategi ini masih perlu ditingkatkan, terutama dalam mengedukasi masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan manfaat aplikasi tersebut.

Cutlip dan Center menekankan pentingnya mendefinisikan masalah sebagai langkah awal dalam strategi komunikasi. Diskominfo telah mengidentifikasi bahwa kurangnya informasi dan literasi digital merupakan kendala utama. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus difokuskan pada edukasi dan penyebaran informasi yang jelas dan mudah dipahami. Strategi komunikasi yang efektif memerlukan perencanaan yang matang. Diskominfo dan JDS telah melakukan perencanaan dengan memilih saluran komunikasi yaitu memfokuskan kepada penggunaan media sosial, dan pemilihan pesan yang efektif dengan pendekatan komunikasi kepada target audiens, serta menjalankan strategi yang telah disusun yaitu dalam bentuk *Timeline*. Hal ini dilakukan untuk memahami kebutuhan dan persepsi publik, serta menyesuaikan pesan yang akan disampaikan. Implementasi strategi komunikasi dilakukan melalui media sosial dan metode konvensional.

Penggunaan media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat, sementara metode konvensional seperti survei lapangan membantu meningkatkan interaksi langsung dengan masyarakat. Komunikasi

yang efektif harus dapat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat agar lebih terbuka terhadap penggunaan aplikasi Sapawarga. Evaluasi terhadap strategi komunikasi menunjukkan bahwa meskipun ada upaya peningkatan kesadaran, efektivitas strategi saat ini belum sepenuhnya berhasil mencapai tujuan. Diskominfo dan JDS melakukan evaluasi dengan menganalisis umpan balik dari audiens dan mengukur capaian program. Evaluasi ini digunakan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan pengembangan strategi yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi secara digital yang dilakukan oleh Diskominfo saat ini masih diproses untuk menjadi lebih baik, hal ini dikarenakan penggunaan media sosial oleh Diskominfo yaitu mampu menyebarkan informasi secara lebih cepat dan jangkauan khalayak yang lebih luas. Selain itu, dalam proses evaluasi strategi komunikasi secara digital yaitu lebih mendukung karena fitur dari media sosial itu sendiri khususnya Instagram dan TikTok yang digunakan oleh Diskominfo yaitu mampu memberikan data *engagement* dalam kurun waktu tertentu, yang di mana data tersebut kemudian dapat dijadikan sebagai bahan untuk evaluasi program, sehingga Diskominfo dapat melakukan perbaikan atau *improvement* untuk konten-konten yang akan disebar di masa depan. Meskipun terdapat tantangan dari rendahnya kecakapan dan tingkat literasi digital masyarakat, namun Diskominfo sedang berusaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah tersebut dengan menyebarkan konten-konten yang berisikan informasi untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait aplikasi Sapawarga – Jabar Super Apps.

Sedangkan strategi komunikasi secara tradisional yang dilakukan oleh Diskominfo yaitu melibatkan penggunaan media konvensional seperti survei dan kampanye. Hasil dari strategi konvensional tersebut yaitu mampu membentuk persepsi dan meningkatkan kesadaran masyarakat di wilayah tertentu mengenai aplikasi Sapawarga – Jabar Super Apps. Meskipun strategi komunikasi secara tradisional mampu menciptakan interaksi secara langsung, namun terdapat keterbatasan yang di mana Diskominfo hanya melakukan survei dan kampanye di wilayah tertentu, sehingga tidak semua masyarakat Jawa Barat terpapar oleh strategi komunikasi tradisional yang dilakukan oleh Diskominfo. Oleh karena itu, maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Diskominfo saat ini dalam proses perkembangan untuk lebih baik atau lebih unggul karena mampu menjangkau khalayak yang lebih luas, dibandingkan dengan strategi komunikasi secara tradisional yang hanya menjangkau masyarakat Jawa Barat di wilayah tertentu.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Barat masih di tahap proses menjadi lebih baik. Hal ini terutama disebabkan oleh penggunaan media sosial, seperti Instagram dan TikTok, yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Fitur *engagement* pada platform tersebut juga memungkinkan Diskominfo untuk mengumpulkan data yang dapat digunakan dalam evaluasi program, sehingga konten yang disebar dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Meskipun terdapat tantangan berupa rendahnya kecakapan dan tingkat literasi digital di kalangan masyarakat, Diskominfo saat ini masih memanfaatkan media sosial sebagai solusi untuk mengatasi masalah ini dengan menyebarkan konten edukatif tentang aplikasi Sapawarga - Jabar Super Apps. Di sisi lain, strategi komunikasi tradisional yang melibatkan media konvensional seperti survei dan kampanye juga efektif dalam membentuk persepsi dan meningkatkan kesadaran masyarakat di wilayah tertentu. Namun, metode ini memiliki keterbatasan jangkauan, karena hanya mencakup area tertentu di Jawa Barat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi digital saat ini masih ditahap pemrosesan untuk menjadi lebih baik dalam hal jangkauan dan efektivitasnya.

B. Saran

Adapun saran praktis dan akademis yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya maupun Diskominfo yaitu sebagai berikut:

1. Saran Akademik:

- a. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan maupun wawasan terkait penggunaan strategi komunikasi pemerintah, guna menciptakan komunikasi yang efektif.
- b. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, serta disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan objek yang lebih luas untuk

mendapatkan hasil yang lebih mendalam.

- c. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan melibatkan pengguna aplikasi dalam proses penelitian untuk mendapatkan umpan balik langsung dan wawasan tentang kebutuhan pengguna yang belum terpenuhi.

2. Saran Praktis:

- a. Peneliti menyarankan bagi Diskominfo Jabar dan JDS (*Jabar Digital Service*) harus lebih fokus pada edukasi literasi digital, terutama di daerah pedesaan. Mengadakan pelatihan dan workshop secara langsung dapat membantu masyarakat lebih memahami teknologi dan penggunaan aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps.
- b. Menggunakan umpan balik yang diterima dari masyarakat dalam Focus Group Discussion (FGD) dan penilaian aplikasi untuk meningkatkan fitur dan konten aplikasi agar lebih relevan dan mudah diakses.
- c. Melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pengembangan aplikasi dengan membuka ruang untuk saran dan kritik. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan penerimaan terhadap aplikasi yang disediakan oleh pemerintah.

REFERENSI

- Alifa, R., Mustofa, A., & Pramudiana, I. (2023). Community Participation Through The Wargaku Application Complaint Media in The City of Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Managemant Pendidikan)*, 69-77.
- Amani, Z. (2021). Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung Dalam Meningkatkan Jumlah Viewers YouTube "Halo Bandung".
- Asqalami, A., Mustofa, A., & Roekminiati, S. (2023). Sosialisasi Pelayanan Publik Penggunaan E-Wargaku Untuk Peningkatan Pengaduan Dan Menampung Aspirasi Masyarakat di Kota Surabaya. *SAP –Edisi Khusus November Tahun 2023*, 363-370.
- Dharmawan, A., & Asha, A. (2023). Public Relations Pada Aplikasi Pengaduan Wargaku Dalam Pelayanan Publik Di Kota Surabaya. *Commercium. Volume 6 Nomor 3 Tahun 2023*, 6, 16-22.
- Fauzan. (2020). BAB III METODE PENELITIAN. *Stei.ac.id*.
- Firdaus, I. T., Tursina, M. D., & Roziqin, A. (2021). Transformasi Birokrasi Digital Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Mewujudkan Digitalisasi Pemerintahan Indonesia. *Kybernan: Jurnal Studi Kepemerintahan*, 4(2), 226-239.
- Hidayati, R., & Suwanda, I. (2022). Upaya Pemerintah kota Surabaya dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat melalui Media Center Surabaya sebagai Wujud Good Governance. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*.
- Ikhsano, A., Sutanto, D., & Stellarosa, Y. (2022). 208 Communication Strategy of the Ministry of Communication and Information Technology in Preventing the Spread of Hoax on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol. 8(1), 2022, 8(1)*, 208-216.
- Ilhami, R., Nilamsari, N., & Santoso, Y. (2023). Peran Humas Pemprov DKI Jakarta Dalam Mensosialisasikan Aplikasi JAKI (Jakarta Kini). *Jurnal Cyber PR, Vol. 3(1), 2023, 3(1)*, 34-43.
- Indeks Masyarakat Digital Indonesia. (2023). INDEKS IMDI 2023: https://imdi.sdmdigital.id/home_2023
- Jabarprov.go.id. (2022, Desember 18). Diambil kembali dari Gubernur Ridwan Kamil Luncurkan jabar Super Apps: <https://jabarprov.go.id/berita/gubernur-ridwan-kamil-luncurkan-jabar-super-apps-7962>
- Jabarprov.go.id. (2023, Juli 18). Diskominfo Jabar Diseminasi Aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps: <https://ppid.jabarprov.go.id/posting/read/5609>
- Jawa Barat, P. D. (2024). Retrieved from DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA JAWA BARAT: <https://diskominfo.jabarprov.go.id/>
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74.
- Lotan, F., & Fajri, C. (2019). Communication Strategy of Dinas Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta in Socializing Jogja Smart Province Program Amongst the Jogjakarta Society. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 423, 423*, 145-156.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian* (Cetakan Ke-10 ed.). Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nugraha, A., Novianti, E., Erdinaya, L., & Komariah, K. (2019). Public Communication Strategy of Pangandaran Regency Government Public Relations in Digital Era. *2nd International Conference on Social Sciences, ICSS 2019*.

- Owino, R. (2022). Government Communication: A Critical Analysis Of The Disemensions Of The Central National Government Communication In Kenya. *International Journal of Communication and Public Relation*, 1-19.
- Pangestu, M., & Christin, M. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5, 3272- 3280.
- Rahmaniar, A., & Lestari, M. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi Dan Informatika. *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1 April 2019*, 1819- 1826.
- Sari, G., & Wirman, W. (2019). Communication Strategy of Disdukcapil of Bengkalis Regency in Disseminating Information to Community in Rupat Sub-District. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 409*, 409, 30-33.
- Syarif, N., Roem, E., & Arif, E. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Pariaman Pada Program Satu Keluarga Satu Sarjan. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 2021, 160-179.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke- 26 ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.