

## Analisis Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota

### Binjai dalam Program Binjai Smart City tahun 2017-2018

#### Analysis of Communications Strategy for Communication and Informatics Department of Binjai City in Binjai Smart City Program Period 2017-2018

M.Fariz Al Hafiz

Diah Agung Esfandari, B.A., M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

[telkomuniversity.ac.id](http://telkomuniversity.ac.id) farizalhafiz19@gmail.com

---

#### ABSTRAK

*Smart city* merupakan sebuah kota yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakatnya dengan memaksimalkan segala aspek dari sebuah kota itu sendiri baik sumber daya manusia dan dana yang didukung dengan perkembangan teknologi. Kota Binjai merupakan kota yang menerapkan smart city di Provinsi Sumatera Utara. Namun dalam pelaksanaannya smart city di Kota Binjai menemui beberapa kendala salah satunya sosialisasi yang kurang merata, serta belum meratanya arus informasi mengenai penggunaan pada aplikasi yang terdapat pada Binjai *Smart City*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dan membangun program Binjai smart city menggunakan tiga tahap yaitu perencanaan, implementasi dan evaluasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang mengungkapkan kegiatan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika kota Binjai. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi lapangan, dan didukung dokumentasi dari instansi.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi komunikasi meliputi pembuatan Rencana Pembangunan Jangka Menengah 2016-2021, MoU dengan universitas, Bank BNI, Telkom Indonesia, sosialisasi, pembentukan forum-forum pemuda serta komunitas kelompok informasi masyarakat di kelurahan wilayah kota Binjai dalam pemerataan arus informasi kepada seluruh lapisan masyarakat. Selain itu perlunya sinergitas para Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan segenap unsur masyarakat dalam menyampaikan penggunaan program aplikasi Binjai *smart city*.

**Kata kunci:** *Smart City*, masyarakat, strategi komunikasi, Binjai.

---

## ABSTRACT

Smart city constituting a city that provides various society needs to maximize all aspects of a the city itself good human resources funds among you who supported with technology development .City binjai the city apply smart city in north sumatra .However in practice smart city in the city binjai had encountered obstacles one of them socialization less evenly , and are not evenly reach other the flow of information on the use of on the application which is found in binjai smart city .This research bertujuan to know the communications strategy and build program binjai smart city use three stages including planning , implementation and evaluation

The methodology that was used in this research pt pgn promised to supply the qualitative method with an approach the study the case expressing the activities carried out by the local office of communication and informatic the city of binjai. Data collection was carried out by interviews , observation field , and this is supported documentation participation of other institutions .

The result of this research that the communications strategy in a working meeting with the manufacture of the medium term development plan 2016-2021 (RPJMD), MoU with the university, Bank BNI , Telkom Indonesia, socialization, the formation of forum young people had been carried and communities a group of information society in urban villages regions of the city Binjai in equalization a current of information to all levels in the community. In addition to the need for the synergy of the jeddah based organization to weed out frivolous candidacies provincial apparatus working units (OPD) and all the towns of various sections of the community reality the program in the dissemination of the use of this application is reasonable enough Binjai smart city shareholders have blocked.

**Keywords :** smart city, communities, communication strategy, Binjai.

---

### 1. Pendahuluan

Kota Binjai merupakan salah satu kota yang menerapkan *smart city* sejak tahun 2017. *Smart city* dinilai menjadi pemecah masalah dari tingginya tingkat korupsi, kolusi, dan nepotisme diberbagai negara berkembang. Dengan menerapkan konsep kota cerdas sebuah kota dapat memaksimalkan segala aspek dari sebuah kota baik dari sumber daya manusia dan alam yang tersedia didukung dengan perkembangan teknologi.

Binjai merupakan kota yang terletak di ujung Sumatera Utara, terdiri dari 5 kecamatan, dan dihipit oleh 3 kabupaten/kota yaitu Kota Medan, Kabupaten Deli Serdang dan Kabupaten

Langkat. Kota Binjai adalah satusatunya kota yang terlebih dahulu menerapkan *smart city* di Provinsi Utara mendahului kota Medan dan sebagai pusat kota yang seharusnya sedikit lebih maju daripada daerah disekitarnya. Dengan keterbatasan anggaran, Kota Binjai mampu mengimplementasikan seluruh dimensi-dimensi kota cerdas melalui sinergitas yang dibangun oleh pemerintah kota kepada *stake holder*.

Dengan Visi Pembangunan Kota Binjai Tahun 2016 – 2021 " *Terwujudnya Kota Cerdas Yang Layak Huni, Berdaya Saing Dan Berwawasan Lingkungan Menuju Binjai Yang Sejahtera*". Kota Binjai dibawah kepemimpinan Walikota Idaham, memperlihatkan keseriusannya untuk membawa Binjai menjadi *smart city*. Berbagai pendekatan dilakukan untuk dapat berkolaborasi untuk mewujudkan Binjai *Smart City*. Mulai dari pengikutsertaan dalam Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia (APEKSI) dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk menunjang infrastruktur dan subinfrastruktur.

Dengan peresmian Binjai *Smart City* serta peresmian Binjai *Command Center* pada tanggal 12 Desember 2016 yang dihadiri oleh pengurus APEKSI (Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia), pemerintah kota Binjai dalam peresmian ini menghadirkan 5 aplikasi *e-Government* yaitu di antara lain *e-RA* (Rencana & Anggaran), *e-Dokter*, *e-Perizinan*, *e-Masyarakat*, dan *e-PBB*. Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan Aparatur Sipil Negara (ASN) Dinas Komunikasi dan Informatika Pemko Binjai bekerjasama dengan beberapa lembaga/instansi untuk mewujudkan portal *smart city* antara lain dengan Politeknik Negeri Medan sebagai perancang website serta fitur di dalamnya, kemudian PT. Telkom Indonesia sebagai penyedia sarana jaringan, dan PT. Bank Negara Indonesia sebagai mitra dalam membuat *Binjai Card* yang memiliki fungsi terintegrasi sama halnya seperti ATM. Sampai dengan tahun 2018 pemerintah kota Binjai telah menambah aplikasi terbaru yaitu *e-SSH*, *e-SDM*, *TransBinjai*, *e-Pajak*, *e-Kliping*.

Meskipun Kota Binjai sudah menerapkan *smart city* dalam tata kelola pemerintahan, pembangunan serta pelayanan kepada warganya. Nyatanya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dikarenakan sosialisasi yang belum masyarakat bawah seperti yang telah diungkapkan oleh salah satu ketua LSM Hijau Iksan. <http://www.rmolsumut.com/read/2017/08/12> diakses pada tanggal 15 September pukul 9.00 WIB). Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat juga ditemukan banyak masyarakat yang belum paham dalam tata cara penggunaan aplikasi *smart city* dan manfaat yang nyata bagi masyarakat dikarenakan kurangnya arus informasi kepada masyarakat bawah padahal seharusnya seluruh lapisan masyarakat di Kota Binjai harus merasakan dampak dari seluruh program *smart city*

Dinas Komunikasi dan Informatika adalah pihak yang menjadi sorotan utama pada penerapan *smart city*. Penerapan *Smart City* yang dilakukan kota Binjai dengan mempersiapkan segala infrastruktur dan sumber daya manusia memerlukan persiapan yang sangat panjang dan matang. Seperti penyiapan sumber daya manusia dilingkungan pemerintah kota serta teknologi terkini yang hasil akhirnya dapat memperbaiki kualitas layanan kepada warganya. Banyak kita lihat sekarang tentang berita keluhan masyarakat terkait dengan buruknya kualitas pelayanan publik baik itu jalan, jembatan, sampai kepada penerangan dan kondisi lainnya. Program *Smart City* ini pun diusung dalam langkah memperbaiki semua keluhan masyarakat dalam langkah memperbaiki pandangan buruk terhadap pemerintah. Masyarakat dapat diartikan sebagai individu maupun kelompok yang memiliki kepentingan langsung terhadap penggunaan seluruh aplikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai. Maka, disinilah strategi komunikasi diciptakan yang bertujuan agar masyarakat merasakan dampak dari penerapan *smart city* diseluruh wilayah Kota Binjai. Dinas Komunikasi dan Informatika pun sebagai salah satu cerminan yang aktif memberikan informasi serta pemerataannya disetiap lapisan masyarakat

Strategi komunikasi yang meliputi perencanaan yang terdiri dari analisis dan perumusan kebijakm, implementasi yang terdiri dari program yang dilaksanakan dan kegiatan komunikasi serta evaluasi menurut Philip Lesly dalam (Cangara 2013) menjadikan langkah dalam rangka menyampaikan seluruh program *smart city* yang ada di Kota Binjai, Proses strategi komunikasi yang terdiri atas tiga pilar yaitu perencanaan, implementasi dan evaluasi sebagaimana dijelaskan diatas menunjukkan mengenai pentingnya strategi komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai dalam program Binjai *smart city* bagi masyarakatnya. Strategi komunikasi merupakan seperangkat kemampuan dari manajemen Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai dalam mengatur program kerjanya secara sistematis dari awal hingga proses evaluasi sebagaimana hal itu yang diungkapkan oleh Soemanagara (2008;4) bahwa strategi komunikasi dalam kegiatan pemasarannya tujuan utamanya adalah bentuk pembelian dari audiens dibutuhkan sebuah strategi komunikasi yang tepat.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini berfokus pada untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang meliputi perencanaan, implementasi dan evaluasi dalam progam Binjai Smart City tahun 2017-2018.

## 2. Kajian Literatur

### A. Komunikasi

Menurut (Mulyana, 2007:69) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses memilih yang diperlukan dan membuang yang tidak diperlukan serta mengirimkan simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

#### B. Komunikasi pemasaran

Sama halnya pemasaran yang dikatakan Philip Kotler, komunikasi pemasaran membentuk banyak fungsi bagi konsumen. Konsumen dapat diberitahu atau ditunjuk bagaimana dan mengapa sebuah produk digunakan, oleh orang seperti apa, dan di mana serta kapan; konsumen dapat belajar tentang siapa yang membuat produk dan apa yang dipertahankan perusahaan dan merek; serta konsumen dapat diberikan satu insentif atau imbalan untuk percobaan maupun penggunaan (Kotler, 2008:204).

#### C. Strategi Komunikasi

Menurut Philip Lesly (Cangara 2013:71). Tinjauan strategi komunikasi pemasaran meliputi 3 elemen penting yaitu, perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Berikut adalah penjelasan dari 3 konsep penting dalam komunikasi pemasaran:

##### 1) Perencanaan

Melalui perencanaan, suatu organisasi dapat memutuskan apa yang hendak dilakukannya pada unit organisasi. Strategi pemasaran adalah logika pemikiran yang digunakan pada setiap perusahaan dengan harapan unit bisnis dapat mencapai tujuan pemasaran. Perencanaan dibagi menjadi dua pilar yaitu (a) analisis riset dan (b) perumusan kebijakan.

##### 2) Implementasi

Setelah dilakukan analisis riset dan perumusan kebijakan. Sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan perencanaan tersebut dapat berjalan sesuai dengan perencanaan dan strategi yang telah dirancang. Implementasi dibagi menjadi dua yaitu (a) program yang dilaksanakan dan (b) kegiatan komunikasi.

##### 3) Evaluasi

Evaluasi merupakan menampung segala pendapat, ide, keluhan dan saran dari khalayak dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan, dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksana.

#### D. Smart City

Firdaus (2014:123) mengatakan *smart city* adalah kota yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kemampuannya dalam memberi tempat tinggal, tempat bekerja dan menjadi kota berkelanjutan. Adapun dimensi-dimensi *smart city* dalam penerapannya menurut Bappenas RI meliputi *smart governance* (pemerintahan), *smart living* (kehidupan), *smart people* (manusia), *smart mobility* (mobilitas), *smart economy* (ekonomi) dan *smart environment* (lingkungan).

### 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Adapun penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah sebuah penelitian yang bertujuan memahami secara mendalam, serta lebih jauh lagi dapat mengetahui secara detail tentang sebuah fenomena mengenai realitas yang terjadi dan dengan cara deskripsi kedalam sebuah kalimat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus. Menurut Robert K. Yin (2002:1) secara umum studi kasus adalah strategi yang lebih cocok bila pertanyaan dalam penelitian berkenaan dengan “*how*” atau “*why*” atau jika peneliti hanya mempunyai sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki. Surakhmad (1994:93) mengatakan bahwa metode studi kasus memusatkan perhatian pada suatu kasus secara detail. Subjek yang diteliti diselidiki dari satu unit atau satu kesatuan unit yang dipandang sebagai kasus. Penelitian ini berlangsung selama 5 (lima) bulan dimulai bulan September 2018 sampai dengan akhir bulan Desember 2018. Pengumpulan data dilakukan di Kota Binjai, Sumatera Utara. Proses penelitian dimulai dengan melihat strategi yang direncanakan, pengimplementasian dan evaluasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai serta respon masyarakat terhadap program ini Binjai *Smart City*.

### 4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dilapangan

#### (1) Perencanaan

##### a. Analisis dan riset

Analisis dan riset yaitu suatu rencana kegiatan sebagai langkah paling awal untuk mengetahui penyebab serta permasalahan yang terjadi sebagaimana tahap pertama dalam pembentukan *smart city* di Kota Binjai yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai membuat analisis S.W.O.T untuk melihat seberapa penting *smart city*

diterapkan di Kota Binjai. Setelah menetapkan S.W.O.T. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai menggandeng seluruh OPD (Organisasi Perangkat Daerah) membuat untuk *masterplan* Binjai Smart City tahun 2016-2021. Tahap selanjutnya dari yaitu melakukan studi banding ke kota yang telah menerapkan smart city yaitu Jakarta, Bandung dan Surabaya. Tujuan dari studi banding yaitu untuk melihat konsep *smart city* dari masing-masing kota yang dituju.

Selain itu peneliti juga melihat respon dari masyarakat. salah satu masyarakat mengatakan bahwa sebelum dibuatnya konsep *smart city* di Kota Binjai. Segala pendapat, keluhan maupun ide dari masyarakat kurang diserap oleh pemerintah, hasil wawancara diatas bahwa sebelum adanya aplikasi pada *E-Masyarakat*, pemerintah kurang bisa menampung seluruh aduan serta laporan masyarakat terkait kondisi dilingkungan mereka. Oleh sebab itu, pemerintah melakukan terobosan dengan membuat sebuah sistem pelaporan masyarakat yang berbasis *online*.

#### **b. Perumusan kebijakan**

Dalam merumuskan kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika mengeluarkan aplikasi E-Masyarakat. Aplikasi ini berupa sebuah aplikasi pengaduan masyarakat yang berbasis *online* dan bisa dipantau oleh seluruh OPD. Sistem pelaporan ini dapat menampung seluruh aduan masyarakat baik itu keluhan mengenai infrastruktur, subinfrastruktur, dan kondisi terkini disuatu wilayah Kota Binjai. Selain itu, dalam merencanakan strategi komunikasi, Dinas Komunikasi dan Informatika membuat *hotspot* internet gratis di titik keramaian yang bertujuan untuk pemerataan arus informasi disegala wilayah Kota Binjai. Serangkaian kegiatan sosialisasi juga dilakukan sebagai bentuk salah satu penyampaian informasi yang lebih idel dalam mempengaruhi publik. Disamping itu, Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan penyuluhan dan pendampingan pada setiap OPD yang akan turun langsung ke masyarakat di kecamatan-kecamatan.

Dalam meningkatkan kapasitas internal ASN Pemko Binjai Dinas Komunikasi dan Informatika menggandeng Politeknik Negeri Medan sebagai pembuat seluruh aplikasi dan *maintenance* data dikuatkan dengan MoU (Memorial of Understanding) yang dilakukan bersamaan dengan Bank BNI dan PT. Telkom Indonesia.

### **(2) Implementasi**

#### **a. Program yang dilaksanakan**

Program yang telah dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika yaitu sosialisasi yang dimulai pada tahun 2016. Sejak pada saat itu Dinas Komunikasi dan

Informatika Kota Binjai gencar turun kemasyarakat bawah melalui kegiatan-kegiatan penyuluhan yang telah dirancang. Selain itu, Dinas Kominfo Kota Binjai juga membentuk Kelompok Informasi Masyarakat (KIR) dimasing-masing kecamatan demi memaksimalkan arus informasi sampai masyarakat bawah. Tidak hanya melakukan sosialisasi diseluruh wilayah, Dinas Kominfo juga membuat wadah komunitas pemuda yang bernama C-Gen yang hasil akhirnya menjadikan komunitas tersebut sebagai corong Dinas Kominfo dalam menyebarkan berita terkini mengenai isu yang terjadi seputar perkembangan kota dengan target peningkatan partisipasi generasi millinial dalam menyampaikan aspirasi baik itu ide, keluhan dan saran. Kemudian, berdasarkan hasil wawancara dari informan ketiga. Untuk lebih mempersuasi masyarakat, Dinas Kominfo membuat acara *talkshow* yang mendatangkan Youtuber dan sosial media influencer yang dikemas dalam acara Binjai Kreatifest pada tanggal 29 Desember 2018. Dalam acara ini 33 komunitas dikumpulkan menjadi suatu kesatuan. Target dari acara ini sebenarnya untuk menyadarkan masyarakat serta menyadarkan generasi millinial pentingnya untuk ikut berkontribusi dalam membangun sebuah kota.

Dari seluruh program program yang telah disusun oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai bertujuan untuk mengoptimalisasi layanan pemerintah berbasis elektronik baik yang berupa layanan pemerintah kepada masyarakat (*Government to Community*), Layanan Pemerintah kepada Swasta (*Government to Bussiness*), Layanan Internal Pemerintah (*Government to Government*) serta pelayanan pemerintah kepada tiap pegawai organisasi (*Government to Employee*).

#### **b. Kegiatan komunikasi**

Kegiatan komunikasi diimplementasikan bertujuan untuk mempengaruhi publik untuk ikut berpartisipasi dalam program yang dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika. Yang pertama kegiatan komunikasi yang dilakukan Dinas Kominfo yaitu mengikutsertakan seluruh rekan-rekan jurnalis untuk datang meliput dan menyebarkan berita tersebut kepada media cetak dan media lokal baik konvensional maupun koran online. Tahap kedua yaitu melakukan sosialisasi sampai kepada kelurahan disemua kecamatan dengan mengikutsertakan seluruh kepala lingkungan. kemudian, Dinas Kominfo juga menyebar spanduk/baliho yang diletak pada titik keramaian kota antara lain Taman Remaja, Taman *Smart City*, dan kawasan Kebunlada.

Selain itu, Dinas Kominfo juga menyebarkan konten visual melalui media sosial *Facebook*, *Instagram* dan televisi plasma yang ada diseluruh Dinas-Dinas. Hal ini juga sebagai bentuk mengintegrasikan seluruh perangkat daerah dalam menyebarkan

penggunaan E-Masyarakat diseluruh lapisan masyarakat. selain itu, Dinas Kominfo juga menyebarkan konten visual melalui *videotron* yang ada di titik keramaian antara lain; Kawasan Tugu Binjai, Lapangan Merdeka, dan Stasiun Binjai.

ASN yang berada di Pemerintah Kota Binjai untuk mengedukasi masyarakat disekitar tempat tinggal mereka tentang tujuan yang penggunaan aplikasi E-masyarakat, hal ini sebagai wujud sinergitas antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dalam menyampaikan dan mengedukasi masyarakat Kota Binjai agar bertindak cerdas dalam memanfaatkan fasilitas kota. Berdasarkan respon warga yang diwawacara dari beberapa Kecamatan di Kota Binjai diambil kesimpulan bahwa masyarakat bahwa warga cukup merasa mengetahui aplikasi ini dari kegiatan yang telah dilaksanakan Dinas Kominfo dari mulai *Grand Launching* yang sempat membuat seluruh warga merasa bangga dengan inovasi ini. Untuk mengukur respon dari masyarakat tentang aplikasi ini. Peneliti mendapat masukan dan kritik masyarakat yang berpendapat bahwa respon terhadap pelaporan aduan dengan dibuatnya sosialisasi langsung serta penyebaran konten visual melalui media massa, media luar ruang, dan rangkaian acara/*event* cukup efektif. Seluruh kegiatan-kegiatan tersebut sejatinya dapat menstimulus rasa kepedulian warga Binjai terhadap terobosan yang dilakukan pemerintah kota melalui Dinas Kominfo.

### (3)Evaluasi

kegiatan evaluasi Dinas Kominfo Kota Binjai melakukan rapat dengan seluruh staff per satu minggu diinstansi tersebut, dalam rapat tersebut seluruh bidang dan seksi akan memaparkan kegiatan yang telah mereka lakukan. Selain itu, Dinas Kominfo menggelar audiensi dengan Walikota, Sekretaris Daerah dan tim akselerasi Binjai *Smart City* yang terdiri dari teknisi dan eksekutor dalam aplikasi tersebut, selanjutnya Walikota juga memberikan masukan-masukan yang menjadi skala prioritas agar aplikasi dan seluruh program agar memiliki dampak yang merata disemua lapisan masyarakat. Rapat rutin bertujuan untuk melihat sejauh mana laporan diterima dan tindak lanjut dari masing-masing instansi berwenang serta melihat partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi melalui aplikasi E-Masyarakat.

Selain itu, dalam rangka mengevaluasi seluruh rencana dan pelaksanaan pada program *smart city* di Kota Binjai, beberapa masyarakat yang terdiri dari lima Kecamatan diminta pendapat, saran, dan keluhannya selama memakai aplikasi ini. Dengan seluruh pendapat adanya pendapat dari masing-masing masyarakat pengguna aplikasi dapat disimpulkan bahwa seluruh strategi komunikasi dari mulai sosialisasi,

pembentukan komunitas-komunitas diseluruh kecamatan serta penyebaran konten visual melalui spanduk, *videotron*, tv plasma sudah cukup efektif dalam menstimulus masyarakat dalam menggunakan aplikasi ini. Tetapi butuh perbaikan strategi pendekatan kepada masyarakat yang lebih masif dengan terukur pada setiap program yang telah dilaksanakan. Dapat dilihat efek dari penggunaan aplikasi ini menyatakan sebagian besar merasakan kemudahan dalam melaporkan keadaan, kondisi, menyuarakan infrastruktur dan subinfrastruktur demi “mewujudkan kota cerdas layak huni” seperti visi Walikota dan Wakil Walikota Binjai.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

1. perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai dalam Membangun Program Binjai *Smart City* tahun 2017-2018 berjalan dengan sangat terorganisir. langkah pertama yang dalam merencanakan program ini yaitu dengan membuat Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2016-2021 yang terintegrasi dengan visi dan misi Pemerintah Kota Binjai. Selanjutnya Dinas Komunikasi dan Informatika membuat *masterplan* induk Binjai Smart City (BSC) 2016-2021 yang bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika Kota Binjai. Selanjutnya, dalam rangka mengembalikan tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah, Walikota Binjai melalui Dinas Kominfo membuat sebuah portal pengaduan dan pelaporan masyarakat yang dapat dikontrol pada setiap waktu maka dari itu dibuatlah sebuah aplikasi yaitu E-masyarakat. Dalam perencanaannya, Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan riset ke beberapa daerah di Indonesia yang sudah sukses dengan *smart city*nya untuk melihat konsep yang diterapkan di kota yang telah sukses tersebut. Tahap perencanaan meliputi sosialisasi yang akan dilaksanakan di kelurahan melibatkan seluruh elemen masyarakat baik melalui media massa, media luar ruang dan mulut kemulut. Pada tahap perencanaan masyarakat belum banyak yang mengetahui bahwa ada sebuah inovasi aduan masyarakat yang dikeluarkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai dan menilai pemerintah kurang peduli terhadap kondisi disekitarnya
2. Implementasi strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai dalam Membangun Program Binjai *Smart City* tahun 2017-2018 berjalan dengan sangat baik dan melibatkan masyarakat. Hal ini dilihat dari mulai Dinas Kominfo Binjai menggandeng seluruh jurnalis yang ada di Kota

Binjai dalam menyuarkan seluruh program Binjai Smart City kepada seluruh masyarakat. Selanjutnya ditahun 2017 Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai melakukan sosialisasi penggunaan aplikasi E-Masyarakat dengan menggandeng seluruh kepala lingkungan yang ada ditiap kelurahan dibantu dengan bagian Humas. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika membuat spanduk yang berisi konten smart city yang diletakkan pada titik keramaian kota. Kemudian, hal yang tak kalah penting Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan penyebaran informasi seputar Binjai Smart City melalui kanal media sosial diantaranya Facebook, Instagram, dan akun Youtube dan yang terakhir mendampingi setiap Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang akan turun kemasyarakat secara *door to door* untuk mensosialisasikan program dari masing-masing OPD. Serta mensinergikan seluruh Satuan Kerja Perangkat Daerah) untuk terus mengedukasi masyarakat Kota Binjai agar memanfaatkan seluruh aplikasi kemudahan masyarakat kepada seluruh warga untuk memangkas birokrasi. Untuk menggaet partisipasi millinial dalam berpartisipasi dalam pembangunan kota Dinas Komunikasi dan Informatika membuat wadah komunitas yang berisi pemuda Kota Binjai bernama C-Gen serta membuat kelompok informasi masyarakat diseluruh kecamatan yang nantinya akan menjadi corong Dinas Kominfo dalam menyamaratakan arus informasi disetiap wilayah. Dilihat dari respon masyarakat, ada banyak masyarakat yang ikut serta dalam komunitas tersebut untuk menyuarkan aspirasi, keluhan maupun ide warga sekitar.

3. Evaluasi strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai berjalan dengan sangat teratur meskipun tingkat partisipasi masyarakat sedikit di tahun 2017. Evaluasi meliputi melaksanakan rapat rutin dengan seluruh staff untuk mengetahui progress disetiap bidang maupun seksi, selain itu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai juga melakukan rapat disetiap bulan dengan Walikota Binjai, Sekretaris Daerah Kota Binjai dan tim leader Binjai smart city untuk mengetahui tingkat pengaduan dan melihat sejauh mana respon masyarakat serta solusi yang telah dilakukan dalam melayani seluruh aduan yang masuk ke portal E-Masyarakat. Melihat dari respon masyarakat, mayoritas mengatakan cukup puas dengan aplikasi ini dalam rangka mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam melayani warga kota.

**Saran**

1. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai memberikan perhatian khusus bagi keberlangsungan progam-program dengan memperhatikan peningkatan sumber daya manusia yang mumpuni dalam bidang IT serta meningkatkan sarana dan prasarana disetiap OPD di Kota Binjai
2. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai perlu mengoptimalkan kerjasama lintas sektor dengan melakukan kordinasi disetiap lapisan masyarakat secara intensif.
3. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai perlu merangkul lebih banyak lagi komunitas-komunitas sosial seperti LSM, mahasiswa yang sedang berkuliah di Kota Binjai maupun mahasiswa luar yang bertempat tinggal di Kota Binjai dengan melibatkan dalam kegiatan-kegiatan serta mengadakan kompetisi guna menarik perhatian serta memfasilitasi gagasan ide untuk mewujudkan salah satu dimensi *smart city* yaitu *smart people*.
4. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai perlu meningkatkan pemahaman dan kepedulian masyarakat dengan melanjutkan sosialisasi secara intensif atau berjalan terus-menerus secara masif dan kreatif dengan lebih memanfaatkan media massa, terjun ke SMA dan lingkungan Universitas di sekitar Kota Binjai, memotivasi serta mendorong masyarakat untuk berpikir kritis melalui aplikasi aduan E-Masyarakat untuk menyadarkan bahwa tuntutan globalisasi semakin cepat dan secara tidak langsung kita harus mengikuti dan memfilter segala bentuk laporan yang ingin diadakan melalui aplikasi E-Masyarakat

# Telkom University

**Daftar Pustaka :**

- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya
- Kotler, Philip. K.L Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (edisi ke 12). Cetakan ke 2*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Firdaus. 2018. *Pekanbaru Madani: Dari Metropolitan Menjadi Smart City Menuju Masyarakat Madani*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- K. Yin, Robert. 2002. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Winarno Surakhmad. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar dan Metode Teknik*. Bandung: Tarsito
- Pramuningrum, dkk. 2017. *Strategi City Branding Humas Pemerintah Kota Bandung sebagai Smart City melalui Program Smart Governance*. Promedia: Vol 3 No 2

**Telkom  
University**