

PARADIGMA
ISSN 1410-3133
VOLUME 21, NOMOR 1, JANUARI - JUNI 2017

Penanggung Jawab

Dr. Machya Astuti Dewi, M.Si

Redaktur

Dr. Christina Rochayanti, M.Si

Penyunting

June Cahyaningtyas, M.Sc

Erna Kurniawati, M.Si

Sauptika Kancana, M.Si

Yeni Sri Utami, M.Si

Design Grafis

Drs. Indro Herry Mulyanto, M.Si

Sekretariat

Sugiarto, S.Sos, MM

Sri Pujiati, SE

DAFTAR ISI

1-16

KEPENTINGAN CINA DALAM MEMBANGUN *MILITARY SUPPORT HUB* DI DJIBOUTI

Kiki Wiyanti Pri Utami/Erna Kurniawati

17-28

PERAN HUMAS KAB. BOYOLALI DALAM MENUNJANG KEBERHASILAN *CITY BRANDING*
KABUPATEN BOYOLALI

Della Candra Novitasari Putri Utami/Yenni Sri Utami, M.Si /Sigit Tripambudi, M.Si/

29-42

KOMUNITAS VIRTUAL MENJADI KOMUNITAS SOSIAL

R.Hanif Suryo Nugroho/Subhan Afifi/Christina Rochayanti

43-53

KONSTRUKSI SOSIAL GENDER DALAM REALITAS JABATAN PUNCAK

(Studi Tentang Perempuan Pimpinan di Pemerintah Provinsi DIY)

Lukmono Hadi

54-69

KOMUNIKASI ANTARBUDAYA SUKU MANGGARAI NUSA TENGGARA TIMUR DI

YOGYAKARTA **Stefani Dervin Jano dan Christina Rochayanti**

70-77

ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN BERDASARKAN KONSEP AIDCA

(Studi pada Iklan SMS Produk Telkomsel)

Dewi Swarsono/ Sauptika Kancana

PERAN HUMAS KAB. BOYOLALI DALAM MENUNJANG KEBERHASILAN *CITY BRANDING* KABUPATEN BOYOLALI

Della Candra Novitasari Putri Utami/Yenni Sri Utami, M.Si /Sigit Tripambudi, M.Si/
delsnvtstr@gmail.com

Abstract:

Boyolali smart city is a leading development priorities Boyolali District Government, the concept of smart cities are connected with telecommunication base applied by eliminating the use of paper instead implement a network program for the bureaucratic process. PR Boyolali District Government has a role as a communicator and funnel regents as a bridge to inform all policies and activities that have been made by the government. The purpose of this study was to determine the smart city branding, the role of public relations in the smart city, and the impact of the application of smart city in Boyolali. The theory used is the system theory, this theory provides a theoretical foundation for analyzing the role of public relations that organizational life is very dependent on building and maintaining good relationships within the organization and the environment. This type of research is descriptive qualitative research approach, this study used data collection techniques in-depth interviews (in-depth interviewing), observation, literature and documentation. The results of this study, PR of Boyolali District Government has an important role in supporting the success of smart city in Boyolali, PR role in designing application programs, publicizing and disseminating the smart city program to local governments and communities. Branding smart city supported by a program of technology applications based communications that are formulated into the Green Public Procurement as an example P-Email and SIMANTAP to support effective performance of the government and community to facilitate services enabling faster, precise, effective, public welfare, and promote Boyolali. The application of smart city has some resistance, but a positive impact on society and the government.

Keywords: Branding, smart city, the role of public relations

Abstrak

Boyolali *smart city* merupakan prioritas unggulan pembangunan Pemerintah Kabupaten Boyolali, konsep kota pintar yang terhubung dengan basis telekomunikasi yang diterapkan dengan menghilangkan penggunaan kertas sebagai gantinya menerapkan program jaringan internet untuk proses birokrasi. Humas Kabupaten Boyolali memiliki peran sebagai komunikator dan corong bupati sebagai jembatan menginformasikan segala kebijakan dan kegiatan yang telah dibuat pemerintah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *branding smart city*, peran humas dalam proses smart city, dan dampak dari penerapan *smart city* di Boyolali. Teori yang digunakan adalah teori sistem, teori ini memberikan landasan teoritis untuk menganalisis peran *public relations* bahwa kehidupan organisasi sangat bergantung pada membangun dan memelihara hubungan baik didalam organisasi maupun lingkungan sekitar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif

dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam (*in-depth interviewing*), observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini, Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali memiliki peran penting dalam menunjang kesuksesan *smart city* di Boyolali, humas berperan dalam merancang program aplikasi, mempublikasikan dan mensosialisasikan program *smart city* kepada pemerintah daerah dan masyarakat. Branding *smart city* ditunjang dengan membuat program aplikasi teknologi berbasis komunikasi yang dirumuskan kedalam *Green Public Procurement* sebagai contoh P-Email dan SIMANTAP untuk mendukung efektifitas kinerja antara pemerintah dengan masyarakat untuk mempermudah pelayanan sehingga lebih cepat, tepat, efektif, mensejahterakan masyarakat, serta memajukan Boyolali. Penerapan *smart city* memiliki beberapa hambatan, akan tetapi memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pemerintah.

Kata kunci: *Branding, smart city*, peran humas

Pendahuluan

Pembangunan menjadi salah satu kebijakan penting pemerintah yang memiliki pengaruh strategis. Adanya pembangunan merupakan upaya untuk mendorong wisatawan dan investor baik dari dalam maupun luar negeri yang dapat berguna memajukan perekonomian, hal tersebut sesuai dengan visi yang dimiliki oleh pemerintah daerah Kabupaten Boyolali yaitu pro investasi mewujudkan Boyolali yang maju dan lebih sejahtera. Pemerintah daerah merupakan aparatur negara yang memiliki peran dalam sebuah pembangunan. Salah satu faktor penting dari kemungkinan kesuksesan penyelenggaraan pembangunan adalah dengan memaksimalkan fungsi dan peran Humas Pemerintah, karena dengan adanya Humas tersebut pemerintah dapat menyampaikan kebijakan sekaligus menyerap reaksi yang ditimbulkan oleh masyarakat sebagai aspirasi yang dimiliki oleh masyarakat sehubungan dengan segala kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah setempat. Berdasarkan pasal 19 ayat (3) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 telah dinyatakan bahwa: "RPJM Daerah ditetapkan dengan Peraturan Kepala Daerah paling lambat 3 (tiga) bulan setelah Kepala Daerah dilantik." Begitu pula yang terkandung pada pasal 264 ayat (4)

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, khususnya juga telah dinyatakan bahwa: "Perda tentang RPJMD ditetapkan paling lama 6 (enam) bulan setelah kepala daerah terpilih dilantik". Maka, sesuai RPJMD tahun 2016-2021 Kabupaten Boyolali memiliki strategi pengembangan daerah yang memprioritaskan pada pembangunan dengan prioritas unggulan yaitu menciptakan Boyolali yang berwawasan *smart city*. Pembangunan tersebut meliputi pembangunan infrastruktur dan ekonomi yang kondusif, produktif berdaya saing, dan berwawasan lingkungan. *Smart city* merupakan konsep kota pintar yang semuanya terhubung dengan basis telekomunikasi. *Smart city* umumnya sudah diterapkan di beberapa kota di Indonesia tetapi belum ada yang berjalan maksimal. Sebagai langkah awal yang dilakukan pemerintah Boyolali, konsep *smart city* akan diterapkan dengan menghilangkan penggunaan kertas untuk masalah birokrasi dan surat-menyurat dikalangan birokrat, dan sebagai gantinya menerapkan penggunaan jaringan internet untuk proses birokrasi. Selain mempermudah proses birokrasi dengan layanan telekomunikasi, konsep *smart city* juga akan menyentuh sektor keamanan di Boyolali. Sehingga nantinya dapat mempermudah komunikasi semua lapisan masyarakat di Boyolali, karena masyarakat dan birokrasi tidak perlu lagi membayar pulsa untuk berkomunikasi (Sumber: kompas.com). Salah satu elemen keberhasilan suatu kota dapat dilihat dari keberhasilannya memberikan merk atau *brand*

yang dapat membedakannya dengan kota lain. Dalam hal ini diperlukan adanya kegiatan pemasaran untuk menonjolkan karakteristik khusus di kota tersebut. Salah satu cara untuk menghadapi kompetisi untuk bersaing dengan kota lain adalah dengan *city branding*. *Branding* di Indonesia sebaiknya terintegrasi dengan *leadership branding*, brand pemimpin daerah adalah ekuitas yang signifikan dalam melakukan *city branding*. Kepemimpinan adalah input penting dalam proses *city branding*. *Branding* daerah dan *branding* pemimpin haruslah seiring jalan. Otonomi daerah yang sejalan dengan pemilihan kepala daerah secara langsung adalah peluang memadukan kepemimpinan dengan branding kota/kabupaten/provinsi.

Alasan peneliti mengambil topik penelitian mengenai *city branding* ini dikarenakan kebijakan yang Pemerintah Daerah Kabupaten Boyolali dalam upaya meningkatkan citra kota sesuai dengan arah kebijakan yang telah ditetapkan berdasarkan RPJMD tahun 2016-2021 yang berupaya mengembangkan infrastruktur yang mengungkit pencapaian daya saing, kabupaten hijau, serta kabupaten cerdas. Maka dengan adanya penelitian mengenai “Peran Humas kabupaten Boyolali dalam Menunjang Keberhasilan *City Branding* di Boyolali ini diharapkan dapat membantu untuk membranding Boyolali sebagai kabupaten cerdas yang dapat memacu produktivitas daerah yang cerdas untuk kesejahteraan masyarakatnya.

Kerangka Teori Dan Pemikiran Teori Sistem

Teori sistem memberikan landasan teoritis untuk menganalisa peran *public relations* karena memberikan pemahaman bahwa kehidupan organisasi sangat bergantung pada bagaimana membangun dan memelihara hubungan baik didalam organisasi maupun dengan lingkungan sekitarnya. Organisasi harus melakukan penyesuaian dan beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi baik didalam maupun luar lingkungan. Manajemen organisasi

diklarifikasikan kedalam dua kategori utama, pendekatan sistem manajemen terbagi menjadi dua yakni sistem manajemen tertutup dan sistem manajemen terbuka; (1) Pendekatan sistem tertutup, teori sistem tertutup berfokus pada bagaimana organisasi tunggal atau unit dalam organisasi mengelola tanpa memikirkan bagaimana organisasi atau departemen harus menyesuaikan diri dengan sistem-sistem yang saling berpenetrasi dalam organisasi atau lingkungan; (2) Pendekatan sistem terbuka, dalam konteks ini, praktisi *public relations* memainkan peran krusial dalam membangun, mengembangkan dan memelihara hubungan dan komunikasi antara organisasi dengan beragam publik. *Public relations* mengelola aktivitas dalam rangka mengembangkan hubungan dengan beragam publik organisasi.

Public relations menjalankan peran yang menjembatani kepentingan organisasi dengan beragam publik untuk pencapaian tujuan yang menguntungkan baik bagi organisasi maupun publik. Peran ini sering disebut dengan peran *boundary spanning*. Praktisi *public relations* sendiri menjadi bagian dari pembuatan keputusan penting dan tidak hanya mengkomunikasikan keputusan yang telah dibuat (Prayudi, 2012: 44-53).

Citra Kota

Citra atau *image* merupakan gambaran yang ada dibenak kita tentang suatu hal. Citra tentang sebuah tempat adalah *schemata* (kumpulan skema) yang digunakan sebagai jalan pintas proses informasi dan pengambilan keputusan oleh konsumen atau pengguna. Bila citra tentang suatu kota telah terbentuk maka akan sulit untuk mengubahnya. Cara untuk mengubah citra bukanlah dengan menghapus citra lama. Perubahan citra hanya dapat dilakukan dengan menambah asosiasi baru yang lebih kuat dan positif dari asosiasi yang ada sebelumnya (Yananda dan Salamah, 2014: 43).

Place Marketing

Rainisto (2003: 26-28) dalam buku Yananda dan Salamah (2014) mengembangkan konsep *place marketing* Kotler dan menyatakan bahwa pemasaran tempat adalah aspek dari pembangunan suatu tempat.

Perancangan ulang dan perancangan kota cenderung fokus pada peningkatan kualitas rancangan tempat, seperti arsitektur, ruang terbuka, penggunaan lahan, tata letak jalan dan kualitas lingkungan

(Yananda dan Salamah, 2014: 16-17).

Humas Pemerintah

Secara garis besar, Humas atau PR instansi pemerintah tersebut memiliki peran ganda. Fungsi keluar adalah berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan kebijaksanaan dan tujuan dari lembaga yang bersangkutan terhadap kepentingan masyarakat sebagai khalayak sasaran. Fungsi ke dalam adalah pihak humas wajib menyerap aspirasi atau keinginan publik/masyarakat yang diselaraskan dengan kepentingan bagi instansinya demi tercapainya tujuan bersama. Humas pemerintahan daerah pada hakekatnya sama saja dengan humas perintahan pusat dalam hal pengorganisasian dan mekanisme kerja. Bedanya hanya dalam ruang lingkup (Effendy, 2006: 39).

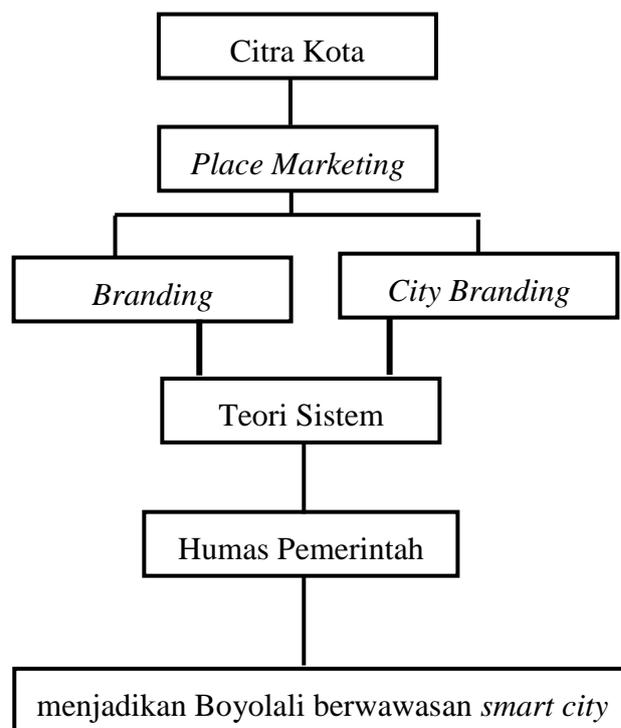
Branding

Menurut Mathieson (2005: 22), *brand* diartikan sebagai sesuatu yang dapat menjalankan keseluruhan dari proses komunikasi campuran dari atribut, berbentuk logo atau simbol yang mencerminkan sebuah janji atau proses emosional antara konsumen dan perusahaan dan menciptakan pengaruh yang bernilai untuk *stakeholder* dan konsumen. Sedangkan menurut Susanto dan Wijanarko (2004:5) merek merupakan nama atau simbol yang diasosiasikan dengan barang atau jasa dan menimbulkan arti psikologis atau asosiasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *brand* adalah sebuah alat pengenal yang berupa nama atau simbol yang mempengaruhi proses pemilihan suatu barang

atau jasa yang membedakannya dari produk pesaing dan memiliki nilai bagi pembeli dan penjualnya. **City Branding**

Menurut Simon Anholt dalam Moilanen dan Rainisto (2009:7) *City Branding* merupakan salah satu strategi suatu wilayah seperti negara atau kota untuk memiliki kedudukan atau tempat (*positioning*) yang kuat dan dapat dikenal secara luas. Secara sederhana, *city branding* dapat didefinisikan sebagai karakteristik atau identitas dalam bentuk simbol, logo, merek yang melekat pada suatu wilayah atau kota.

Bagan alur berfikir dari penelitian diatas yaitu:



Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengembangkan konsep dan menghimpun fakta dilapangan. Pendekatan deskriptif ini lebih memprioritaskan pada observasi dan susasana ilmiah. Studi kasusnya mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mengenai

kondisi tentang apa yang terjadi dilapangan (Sutopo, 2002:111). Dalam penelitian ini, objek penelitian yang diambil oleh peneliti adalah Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali. Lokasi penelitian adalah objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas obyek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Lokasi dalam penelitian ini adalah Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Sumber data adalah data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini yaitu hasil dari observasi dan wawancara (Sugiyono, 2010: 137). Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, atau dengan kata lain diperoleh melalui sumber tertulis. Data sekunder dapat diperoleh dari bahan kepustakaan seperti dokumendokumen atau arsip lembaga, gambar atau foto, sumber buku, video, atau catatan lain yang mendukung (Sutopo, 2002:49). Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono, 2009:224). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah teknik wawancara mendalam (*in-depth interviewing*), observasi, dan kajian pustaka: (1) Wawancara Mendalam (*In-depth Interviewing*) sumber data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif adalah berupa manusia yang dalam posisi sebagai narasumber atau informan. Untuk mengumpulkan informasi dari sumber data inidiperlukan teknik wawancara,yang dalam penelitian kualitatif khususnya dilakukan dalam bentuk wawancara mendalam (Sutopo, 2002: 58-59). Wawancara dilakukan dengan pihak Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Boyolali, Pamong Praja Kecamatan Mojosongo dan Kecamatan Boyolali, serta masyarakat yang terdiri dari PNS, Wiraswasta, dan Mahasiswa; (2) Observasi, Nasution (1998) dalam Sugiyono (2007) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua

ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan dengan melakukan pengamatan langsung, pencatatan secara cermat dan sistematis di lokasi penelitian, yaitu di wilayah Kabupaten Boyolali (Sugiyono, 2007: 64); (3) Studi pustaka dan dokumentasi, biasa disebut dengan dokumentasi dan arsip merupakan sumber data yang memiliki posisi penting dalam penelitian kualitatif (Sutopo, 2002:240). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui beberapa referensi literatur yang ada, seperti dokumen penting yang terkait, buku yang membahas permasalahan dalam penelitian ini, maupun referensi literatur lain yang memiliki data valid dan dapat dipercaya. Dalam penelitian kualitatif proses pengumpulan data dan analisisnya terpisah secara jelas, dan analisisnya dilakukan pada tahap akhir setelah pengumpulan data selesai. Tidak demikian halnya dalam penelitian kualitatif, yang proses analisisnya dilakukannya dilakukan sejak awal bersamaan dengan proses pengumpulan data. Perbedaan hal ini harus benar-benar dipahami oleh peneliti (Sutopo, 2002: 86). Dalam proses analisis terdapat tiga komponen utama yang harus benar-benar dipahami oleh setiap peneliti kualitatif. Tiga komponen utama tersebut adalah (1) reduksi data, (2) sajian data, dan (3) penarikan kesimpulan serta verifikasinya (Miles & Huberman, 1984). Penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu (Sugiyono, 2009:273). Triangulasi yang dipakai dalam uji validitas data adalah triangulasi sumber yaitu untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber, data kemudian dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan

(Sugiyono, 2009:274). Sumber dalam uji validitas ini yaitu informan yang terdiri atas Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali yaitu Dra. Wiwis Trisiwi Handayani, M.M, Pamong praja kecamatan Mojosongo yaitu Drs. Marjono, M.H dan kecamatan Boyolali yaitu Nurlaeliyah, S.H dan Muhammad Cahyo, dan masyarakat yang terdiri atas PNS, wiraswasta, dan mahasiswa yaitu Sri Rahayu, Dhinari Asti, dan Rizka Desiana.

PEMBAHASAN

Membangun kota yang indah, tidak harus berwajah metropolitan. Boyolali digambarkan sebagai kota kecil mungil yang indah. Boyolali merupakan daerah kabupaten paling menggiurkan para investor dalam menanamkan modalnya, contohnya adalah pembangunan Pabrik mobil Asemka, sebagai mobil nasional yang didirikan di Desa Demangan, Kecamatan Sambi Boyolali. Dengan banyaknya investor yang datang ke Boyolali, wajah Boyolali digambarkan sebagai kota mungil, indah sekaligus kota industri wajib dijaga agar keseimbangan antara kesejahteraan masyarakat, kewibawaan pemerintah kabupaten, dan penyerapan tenaga kerja selalu menjadi simbol dan kebanggaan. Pada tahun 2016 Boyolali mengalami devisa 16 ribu tenaga kerja, setelah sebelumnya memiliki sekitar 30 ribu pengangguran.

Place marketing merupakan bagian dari perencanaan pembangunan kota, menghasilkan tindakan dan program yang mampu diharapkan mendatangkan investor, eksportir, manufaktur, turis, dan peserta konvensi, perusahaan yang membangun kantor pusat, dan penduduk baru. Perancangan kota cenderung focus pada peningkatan kualitas rancangan tempat, seperti arsitektur, ruang terbuka, penggunaan lahan, tata letak jalan dan kualitas lingkungan. Pemerintah Kabupaten Boyolali sendiri telah melakukan beberapa peningkatan kualitas tempat sebagai contoh yaitu pembangunan Gedung Terpadu Pemerintah Kabupaten Boyolali, dimana

lembaga eksekutif dalam hal ini Bupati dan perangkat dibawahnya berada dalam satu kompleks bangunan bersama dengan anggota legislatif. Pembangunan dan pemindahan tersebut dilakukan karena Gedung Pemkab Boyolali yang berada di Jalan Merbabu dinilai sudah tidak representatif untuk memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Dengan dibangunnya Gedung Terpadu Pemerintah Kabupaten Boyolali yang menyatu dalam satu kompleks maka pelayanan kepada masyarakat akan lebih efektif dan optimal. Selain itu contoh lain pembangunan di Boyolali yaitu pembangunan lima tempat ibadah di satu kompleks; Masjid, Gereja Katolik dan Kristen, Pura dan Vihara. Terdapat juga bangunan unik diantara gedung miniatur Gedung Putih dan Gedung DPR RI yang merupakan gedung Kantor Bupati Boyolali dan Gedung DPRD Boyolali yang dibangun dengan tujuan menjadikan daya tarik dan mempercantik kawasan terpadu yaitu Patung Lembu Sora, berbentuk seekor sapi batina raksasa yang didalamnya berfungsi sebagai gedung pertemuan. Terletak ditengah kota Boyolali, Patung Arjuna Wijaya tepatnya di taman simpang lima terinspirasi dari kisah klasik kepahlawanan Arjuna dari Pandawa dimanfaatkan sebagai ikon Boyolali untuk segala macam kegiatan, sebagai tempat wisata keluarga, menjadi ajang foto selfie, sekaligus menjadi tempat pertunjukkan dan kegiatan yang bersifat resmi seperti taping program acara Sentilan Sentilun Metro TV dan pertunjukan musik pada saat peluncuran buku "Dari Kaki Merapi Menuju Panggung Dunia". "Boyolali *Smile of Java*" merupakan logo baru yang dimiliki oleh Kabupaten Boyolali sebagai semangat yang diberikan masyarakat sebagai *branding* yang mengarah kepada dunia luar untuk kepentingan internasional seperti pariwisata dan olahraga sebagai tanda bahwa Boyolali menerima dengan baik pro-investasi digunakan untuk mendukung pembangunan di Boyolali berkaitan dengan visi yang dimiliki pemerintah saat ini yaitu pro

investasi mewujudkan Boyolali yang maju dan lebih sejahtera.

Berdasarkan buku *Dreaming of A NEW BOYOLALI* susunan Tim Humas Kabupaten Boyolali, Boyolali dalam perkembangan investasinya yang pesat mendapatkan apresiasi dari Bank Indonesia cabang Solo. Boyolali adalah salah satu kabupaten di Soloraya yang mencatat pertumbuhan ekonomi di atas perekonomian Jawa Tengah dan Nasional. Pada tahun 2015, ekonomi Boyolali tumbuh pada angka 6,08%, sedangkan pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah dan Nasional hanya 5,4%. Angka inflasi Boyolali juga sangat rendah, sedangkan inflasi sampai Juli tahun 2016 tercatat 1,85%. Pembangunan industri sebagian besar berpusat di perkotaan. Produktivitas tumbuh dari kemajuan teknologi dan inovasi yang dipelopori oleh pusat kota. *Smart city* umumnya sudah diterapkan di beberapa kota di Indonesia tetapi belum ada yang berjalan maksimal. Sebagai langkah awal yang dilakukan pemerintah Boyolali, konsep *smart city* diterapkan dengan menggunakan konsep *paperless*. *City branding* dengan menjadikan Boyolali berwawasan *smart city* merupakan identitas yang dibangun oleh pemerintah. *Smart city* merupakan salah satu prioritas unggulan pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Boyolali, alasan pemilihan *smart city* ini dikarenakan *smart city* merupakan tatanan konsep kota pintar yang berperan dalam memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi dengan cepat dan tepat. Konsep *smart city* hadir sebagai jawaban pengelolaan secara langsung masyarakat perkotaan dan pedesaan yang bisa disebut *smart village*. Terdapat tiga hal pendukung dalam konsep *smart city* yaitu: (1) *Smart Society* yang terkait dalam pelayanan publik, interaksi sosial secara digital, keamanan dan kesehatan. (2) *Smart Economy* yang terkait dengan edukasi, sumber daya, industry serta pusat ekonomi dan perdagangan. (3) *Smart Environment* yang terdiri dari lingkungan energi dan ruang publik.

Untuk menuju *smart city* yang terintegrasi dengan *smart village* pemerintah membutuhkan tujuh hal penting diantaranya adalah kesiapan manajemen dan SDM, kesiapan infrastruktur jaringan dan ketersediaan bandwidth, tata kelola website pemerintah sebagai dashboard resmi, aplikasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan efektifitas kinerja pelayanan, identitas atau *account*, legalitas dan keabsahan, data center dan *security system*. Dalam mendukung *smart city* di Boyolali pemerintah mengadakan program untuk menuju *Green Public Procurement* dimana aplikasi yang dikembangkan berupa: (1) Panen. id yang merupakan sistem informasi mengenai pangan, pertanian, dan peternakan, yang *terupdate* secara *real time* serta *compatible* untuk perdagangan elektronik atau E-commerce yang berupa penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik berbasis keunggulan lokal, serta UMKM berupa pembinaan koneksitas dengan buyer serta pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik; (2) Sistem Informasi meliputi kuliner, wisata, budaya, festival, event, olahraga, anak muda, gallery dan TV Digital Boyolali; (3) Peta Digital Infrastruktur untuk pengawasan, pelaksanaan dan perencanaan traffic manajemen system, Smart CCTV, dan E-Mitigasi; (4) Tatakelola Kesehatan Terintegrasi; (5) E-Learning, Digital book, dan E-Library; (6) Sistem Pelayanan Satu Atap dan (7) Presensi Elektronik

Dengan melihat efektifitas dari *smart city* di Boyolali, program aplikasi *Green Public Procurement* dibuat untuk mendukung efektifitas kinerja antara pemerintah dengan masyarakat untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat agar lebih cepat, tepat dan efektif serta memajukan Boyolali. *Green Public Procurement* (GPP) atau pengadaan publik yang ramah lingkungan sendiri adalah pengadaan yang lebih cerdas (*smart*), berintegritas meningkatkan efisiensi pengadaan publik dan pada saat yang sama menggunakan kekuatan pasar masyarakat

untuk membawa manfaat bagi lingkungan baik secara lokal maupun global. Singkatnya, GPP didefinisikan sebagai sebuah proses dimana masyarakat memperoleh kebutuhan terhadap barang dan jasa serta bekerja dengan mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan.

Salah satu hal sederhana dalam GPP adalah penerapan *paperless* dalam tata kelola pengadaan barang dan jasa. *Paperless* adalah mengurangi pemakaian kertas bukan meniadakan pemakaian kertas sama sekali. Konsep ini dapat dilakukan dengan mengubah dokumen atau penggunaan kertas lainnya ke dalam bentuk digital. Program *paperless* ini diharapkan dapat menghemat belanja kertas yang bisa mencapai nilai Rp 6 miliar per tahun. Saat ini sudah dimulai dengan penggunaan aplikasi P-Email yang digunakan pemerintah sebagai alat birokrasi pengganti surat, yang dapat memudahkan pertukaran informasi yang terjadi antara pemerintah kabupaten dengan kecamatan. Dalam meningkatkan kualitas dan mendekatkan pelayanan kepada masyarakat dalam memberikan perijinan, Pemkab Boyolali menerapkan Sistem Informasi Kecamatan Terpadu (SIMANTAP) yang merupakan bagian dari program *smart city* dimana aplikasi ini memuat sejumlah fitur yang memberikan akses kemudahan bagi masyarakat dalam mengajukan berbagai perijinan yang dapat dilayani di tingkat kecamatan. Perijinan yang dilayani dalam sistem ini yakni Ijin Usaha Mikro Kecil (IUMK) di Kabupaten Boyolali. Di kecamatan Boyolali dan Mojosongo, melalui program ini kecamatan bisa memberikan pelayanan perijinan dan non perijinan yang lebih mudah kepada masyarakat, sehingga tidak harus menempuh jarak dan waktu untuk mengurusnya, maka masyarakat dapat terlayani kebutuhan perijinan dan non perijinannya secara efektif dan efisien.

Berdasarkan dengan teori sistem di mana keberadaan organisasi bergantung pada membangun dan memelihara hubungan baik didalam organisasi maupun lingkungan, teori sistem sebagai landasan teoritis untuk

menganalisa *peran public relations* dalam penelitian ini yaitu humas Pemerintah Kabupaten Boyolali karena kehidupan organisasi dimana keberhasilan pemerintahan sangat bergantung pada bagaimana humas membangun dan memelihara hubungan baik didalam pemerintahan maupun pemerintahan dengan masyarakat dengan tujuan agar segala kebijakan yang dibuat pemerintah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Terdapat dua pendekatan dalam teori sistem, yaitu pendekatan sistem tertutup dan pendekatan sistem terbuka, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan sistem terbuka dalam konteks ini praktisi *public relations* memainkan peran krusial dalam membangun, mengembangkan dan memelihara hubungan dan komunikasi antara organisasi dengan beragam publik. *Public relations* menjalankan peran yang menjembatani kepentingan organisasi dengan beragam publik untuk pencapaian tujuan yang menguntungkan baik bagi organisasi maupun publik, serta menjadi bagian dari pembuatan keputusan penting dan tidak hanya mengkomunikasikan keputusan yang telah dibuat.

Dalam penelitian ini, terdapat keterkaitan antara proses dan praktik *public relations* yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali sebagai organisasi pemerintahan yang menjalin hubungan baik dengan lingkungannya yaitu masyarakat. Tujuannya agar apa yang telah diupayakan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali dapat diketahui, dirasakan dan diterima dengan baik oleh masyarakat, khususnya masyarakat Boyolali sendiri. Maka, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali yang tergabung dalam Dinas Komunikasi dan Informasi memiliki peran yang banyak dalam menyukseskan Boyolali yang berwawasan *smart city*, adapun peran humas tersebut antara lain; (1) Humas Kabupaten Boyolali berperan dalam menyusun kebijakan sesuai dengan perundang-undangan dan rencana pembangunan daerah berdasarkan

ide dan gagasan bupati, agar kebijakan tersebut tersusun secara strategis, sehingga pelaksanaannya dapat memperoleh hasil maksimal; (2) Berperan dalam memberikan saran, pendapat dan pertimbangan kepada atasan (bupati) terhadap apa yang diinginkan oleh masyarakat; (3) Berperan dalam mendistribusikan tugas, memberikan petunjuk dan arahan agar pelaksanaan program-program pemerintah disini terutama *smart city* dapat berjalan dengan efektif, efisien, dan tepat sasaran. Karena terbatasnya anggota humas, maka dalam mensosialisasikan kebijakan dan kegiatannya dengan cara mengumpulkan perwakilan dari tiap kecamatan kedalam kelompok kecil, kemudian dari kelompok tersebut diberi arahan sehingga nantinya kelompok-kelompok tersebut dapat menjelaskan kepada kelompok yang lainnya, sosialisasi dilakukan setiap ada kegiatan sedangkan untuk program aplikasi *smart city* sosialisasi dilakukan sesuai kebutuhan atau setiap adanya program aplikasi baru; (4) Berperan dalam menyediakan bahan komunikasi bagi bupati, contohnya seperti apa saja yang hendak disampaikan bupati saat tampil dalam *talkshow* maupun *wideshoot*; (5) Berperan dalam menyiapkan bahan pelaksanaan dalam pelayanan informasi dan publik dan layanan hubungan terhadap media; (6) Berperan dalam memberikan penerangan informasi tentang apa yang telah diupayakan lembaga seperti pelayanan masyarakat, kebijaksanaan, dan tujuan yang akan dicapai dalam melaksanakan program kerja. Contohnya dalam hal ini humas mengumpulkan pemerintah di tingkat kecamatan yang telah diwakilkan ke dalam sebuah FGD (*Focus Group Discussion*) kemudian menginformasikan mengenai aplikasi yang telah dibuat guna menyukseskan *smart city* di Boyolali sehingga masyarakat nantinya lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan pelayanan dan (7) Berperan penting dalam menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak

masyarakat untuk turut serta dalam segala program dalam pembangunan Boyolali.

Dalam melaksanakan program untuk menunjang keberhasilan *smart city* di Boyolali humas memiliki berbagai hambatan terkait mengenai perannya sebagai corong bupati dan sebagai jembatan dalam menginformasikan kegiatan dan kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah kepada masyarakat seperti apabila kebijakan baru dibuat namun kurang adanya penjelasan maka akan timbul beberapa pertanyaan sehingga mengakibatkan kurang efektifnya pemerintah di tingkat kecamatan maupun kelurahan dalam menerima informasi, yang kedua humas tidak dapat berdiri sendiri maka dibutuhkan kerjasama dengan berbagai kelompok maka dengan kurangnya pegawai di bidang humas yang hanya terdiri dari 24 orang pegawai yang telah memiliki tugas sendiri maka dibutuhkan kerja sama dari kelompok kecil yang dituntut untuk turut membantu menginformasikan kepada seluruh pihak agar nantinya seluruh pihak dapat memahami kebijakan yang baru disini terkait dengan *smart city* sehingga dengan kurangnya pegawai humas kegiatan sosialisasi hanya dilakukan apabila ada kegiatan atau program aplikasi baru dan sosialisasi dilakukan dengan mengumpulkan OPD (Organ Perangkat Daerah), ketiga adalah hambatan normatif dimana aturan dari tingkat pusat yang membatasi tingkat kreatifitas di daerah dimana aturan dari pusat belum memungkinnya contohnya keterbatasan dalam membelanjakan uang, keempat dari segi biaya akan meningkat karena memanfaatkan listrik dalam operasionalnya, kelima yaitu kendala mengenai penggunaan aplikasi oleh pihak kelurahan dikarenakan kurangnya informasi penggunaan aplikasi, keenam sistem yang baru dibenahi membuat kinerja kurang maksimal, serta ketujuh yaitu dalam peng-update-an data dari pihak kecamatan ke kabupaten terjadi penumpukan karena data yang masuk harus melalui proses.

Hal yang seharusnya dilakukan oleh humas Kabupaten Boyolali dalam melaksanakan program *smart city* untuk menunjang keberhasilan *smart city* di Boyolali yaitu pertama dengan menganalisis dengan lebih spesifik apa yang dibutuhkan oleh masyarakat kemudian merancang dan membuat program yang sesuai dan menginformasikan dengan baik, menyeluruh serta berkala kepada pemerintah ditingkat kecamatan dan kelurahan serta masyarakat sendiri, kedua membuat sosialisasi secara berkala agar kebijakan dan program baru dapat dilaksanakan dengan optimal, ketiga dengan memanfaatkan anggaran dengan sebaik-baiknya dan kreatif mungkin, keempat yaitu dengan menyiapkan dana anggaran untuk penggunaan listrik, kelima yaitu dengan pengadaan penyuluhan dan mentoring secara berkala kepada admin OPD (Organ Perangkat Daerah) sehingga kinerja lebih maksimal, keenam yaitu dengan melakukan pembaharuan sistem dengan tempo yang sesingkatnya serta pengoptimalan penggunaan sistem yang sudah tersedia.

Hasil implementasi dengan adanya perubahan citra menjadikan Boyolali berwawasan *smart city* ini bagi pemerintah ditingkat kabupaten maupun kecamatan yaitu mempermudah pelayanan kepada masyarakat, menghemat waktu sehingga lebih efektif dan cepat dalam melayani kebutuhan masyarakat juga dalam proses surat-menyurat untuk urusan pemerintahan, dan dapat menambah wawasan. Di tingkat kecamatan sendiri program *smart city* sendiri sudah memasuki dua proses yaitu tahap surat menyurat yang disebut P-Email dan Sistem Informasi Kecamatan Terpadu (SIMANTAP) yang berkaitan dengan pelayanan, merupakan bagian dari program *smart city* dimana aplikasi ini memuat sejumlah fitur yang memberikan akses kemudahan bagi masyarakat dalam mengajukan berbagai perijinan yang dapat dilayani di tingkat kecamatan. Dengan adanya perubahan teknologi pemerintah di tingkat kecamatan mempunyai tujuan agar dapat

meningkatkan pelayanan yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adanya penerapan *smart city* di Boyolali juga memberikan efek positif kepada masyarakat seperti meningkatnya tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja dari pemerintah karena cepat, tepat, mudah dan murah proses pelayanan informasi kepada publik, meningkatnya kesejahteraan dari masyarakat yang ditandai dengan tumbuhnya perekonomian di Kabupaten Boyolali yang dinilai dengan naiknya nilai perkapita masyarakat Boyolali.

Simpulan Dan Saran Simpul

Branding smart city merupakan salah satu prioritas pembangunan Pemerintah Kabupaten Boyolali, *smart city* ini menerapkan konsep paperless. Program dari aplikasi *smart city* dirumuskan dengan *Green Public Procurement* untuk mendukung efektifitas kinerja pemerintah dan masyarakat. Dalam menjalankan programnya aplikasi yang sudah optimal dilakukan adalah

P-Email dan SIMANTAP. Peran humas dimulai dengan memformulasikan ide dan gagasan, memberikan saran kepada bupati, merencanakan dan membuat program seperti GPP, sebagai komunikator dan corong bupati dengan memanfaatkan sarana publikasi dan ujung tombak *branding*, menjalin kerjasama untuk mensosialisasikan kebijakan, serta menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat untuk mendukung segala program pemerintah. Humas dalam menjalankan perannya dalam mensukseskan program *smart city* memiliki beberapa hambatan, diantaranya kurangnya penjelasan mengakibatkan kurang efektifnya pemerintah di kecamatan dan kelurahan dalam menerima informasi, sedikitnya anggota humas, hambatan normative membatasi tingkat kreatifitas di daerah, segi biaya, sistem yang baru dibenahi membuat kinerja kurang maksimal, serta terjadinya penumpukan data. Hasil implementasi dengan adanya perubahan

citra menjadikan Boyolali berwawasan *smart city* ini bagi pemerintah ditingkat kabupaten maupun kecamatan yaitu mempermudah pelayanan kepada masyarakat, menghemat waktu sehingga lebih efektif dan cepat dalam melayani kebutuhan masyarakat juga dalam proses suratmenyurat untuk urusan pemerintahan, dan dapat menambah wawasan.

Saran

(1) Humas Pemerintah memberikan informasi lengkap dan sebaik-baiknya, serta mengadakan penyuluhan dan pelatihan kepada pemerintah ditingkat kecamatan mengenai perubahan citra; (2) Pemerintah Kecamatan, menguasai secara menyeluruh penggunaan aplikasi, dan memberi informasi selengkapny mengenai program dan manfaatnya; (3) Masyarakat, mencari informasi mengenai kebijakan baru agar lebih tanggap, dan memanfaatkan dengan optimal kebijakan tersebut; (4) Peneliti selanjutnya, melakukan observasi dan mempelajari secara mendalam mengenai peran humas dan kajian *city branding*.

Daftar Pustaka

- Anholt, Simon, 2007, *Competitive Identity: The New Brand Management For Nations, Cities, and Regions*, Palgrave Macmillan, USA.
- Bungin, Burhan, 2015, *Komunikasi Pariwisata. Tourism Communication, Pemasaran dan Brand Destinasi*, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Butterick, Keith, 2012, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Cultip, Scott M., Broom, FGlen M., and Allen H. Center, 2009, *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*, Kencana, Jakarta.
- Effendy, O.U., 2006, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tim Humas Kabupaten Boyolali, 2014, *Samudra Di Kaki Merapi*, Galangpress, Yogyakarta.
- 2015, *Dari Kaki Merapi Menuju Panggung Dunia*, Alfa Media, Yogyakarta.
- 2016, *Agrowisata Boyolali Harmoni Menyongsong Pagi*, Alfa Media, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kusumastuti, Frida, 2002, *Dasar-dasar Humas*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Prayudi, 2012, *Public Relations Stratejik*, Komunikasi UPN Press, Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady, 2001, *Etika Kehumasan Konsep & Aplikasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, 2007, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- 2009, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Alfabeta, Bandung.
- Sutopo, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sebelas Maret University Press, Bandung.
- Susanto, A. B. dan Himawan Wijanarko, 2004, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organasasi Pendukungnya*, Mizan Publika, Jakarta.
- Yananda, M. Rahmat dan Salamah, Umami, 2014, *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*, Makna Informasi, Jakarta.

Sumber dari Internet:

- [http://www.academia.edu/4055918/
Teknik_analisa_data_kualitatif](http://www.academia.edu/4055918/Teknik_analisa_data_kualitatif)
- [http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.
id/index.php/jab/article/view/1188](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1188)
- [http://bappeda.bandaacehkota.go.id/ program-
strategis/green-city/](http://bappeda.bandaacehkota.go.id/program-strategis/green-city/)
- <http://bappeda.bojolalikab.go.id/index.php/>

unduh/bidang-i/paparan-rapat/paparanrpjmd-
kab-boyolali-2016-2021

<http://boyolalikab.go.id/detail/895>

[http://pemerintah.net/phttp://www.](http://pemerintah.net/phttp://www.boyolalikab.go.id/arsip/2016/04/)

[boyolalikab.go.id/arsip/2016/04/](http://www.boyolalikab.go.id/arsip/2016/04/)

[BAB_I.pdfemerintah-daerah/http://ppid.boyolali.go.id/http://regional.kompas.com/read/2016/03/27/06111331/Boyolali.Siapkan.Konsep.Smart.City.http://www.orpegbag.boyolalikab.go.id/arsip/2017/04/15._UR.pdf](http://ppid.boyolali.go.id/http://regional.kompas.com/read/2016/03/27/06111331/Boyolali.Siapkan.Konsep.Smart.City.http://www.orpegbag.boyolalikab.go.id/arsip/2017/04/15._UR.pdf)

Sumber dari Skripsi:

Hilyati, 2016, *City Branding Kota Banda Aceh*

Melalui Program

“Visit Kota Banda Aceh”

Nangroe Aceh Darussalam, Universitas

Pembangunan

Nasional “Veteran” Yogyakarta

Ulfa Gaeda Ugar, 2016, *Peran Humas*

Pemerintah Daerah Kabupaten Fakfak

dan Dinas Pariwisata Fakfak Papua

Barat dalam Mengangkat Potensi Kota

Fakfak Sebagai Kota Pala di Indonesia,

Universitas Pembangunan Nasional

“Veteran” Yogyakarta, Yogyakarta.

