

PERANAN E-GOVERNMENT DALAM RANGKA MEWUJUDKAN GOOD GOVERNANCE BAGI MASYARAKAT

Nurchayani Dewi Retnowati¹⁾, Daru Retnowati²⁾

¹⁾ Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto Yogyakarta

²⁾ Pertanian Fak. Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta

Abstrak

Era globalisasi sekarang ini sangat diperlukan adanya teknologi informasi untuk mengimbangi adanya perkembangan informasi. Salah satunya dengan membuat e-government yang dapat dijadikan tempat berkomunikasi antara pemerintah dengan masyarakat maupun dengan pihak-pihak lain, misalnya dengan investor.

Dalam implementasinya, sebuah web korporat akan mengalami kendala-kendala antara lain kultur berbagi belum ada, kultur mendokumentasi belum lazim, masih kurangnya SDM yang ahli, infrastruktur yang belum memadai, dan tempat akses yang terbatas. Kendala-kendala tersebut bisa menimbulkan kegagalan implementasi e-government sehingga web korporat yang telah di upload ke internet bisa jadi tidak di update lagi. Padahal informasi yang ada semakin hari akan semakin bertambah dan hubungan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat dan pihak-pihak lain bisa terganggu sehingga tidak akan tercipta good governance.

Oleh karena itu dibutuhkan pula suatu manajerial e-government, pelatihan SDM dan dukungan infrastruktur yang baik serta strategi pemasaran. Strategi pemasaran e-government tidak hanya melalui tampilan web yang menarik tapi dibutuhkan juga suatu forum diskusi online, penyuluhan dan pelatihan ke masyarakat perdesaan yang notabene belum mengetahui adanya internet dan belum mengenal e-government. Dengan demikian masyarakat akan terbiasa menggunakan teknologi informasi yang bisa jadi mendatangkan keuntungan.

Kata Kunci : E-Government, Komunikasi, Strategi Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Dengan diberlakukannya otonomi daerah yang memberikan suatu kewenangan dan peluang yang sangat luas bagi daerah untuk melaksanakan program dan kegiatan sesuai dengan kebutuhan daerah dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat sehingga mendorong setiap daerah untuk memajukan daerahnya dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Peranan teknologi informasi dalam menunjang sistem operasional dan manajerial pada instansi pemerintahan dewasa ini dirasakan semakin penting. Menyadari akan pentingnya peranan sistem informasi dalam sistem pemerintahan dan didorong dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi sekarang ini maka dirasa perlu untuk merealisasikannya dalam sebuah aplikasi yang dikenal dengan sebutan *e-government* sehingga dapat mendukung fungsi pemerintah dalam melakukan pelayanan publik yang memenuhi kriteria *better*, *cheaper* dan *faster*. Selain itu diperlukan media yang mudah diakses, sehingga masyarakat sewaktu-waktu dapat mengetahui apa saja kebijakan, program, dan kegiatan yang dilaksanakan Pemerintah Daerah dalam rangka ikut berpartisipasi, baik dalam bentuk dukungan, sanggahan, maupun kritikan.

2. DEFINISI E-GOVERNMENT, GOOD GOVERNANCE DAN KOMUNIKASI

E-government

Secara umum dapat dikatakan bahwa e-Government atau yang biasa disingkat e-Gov adalah suatu aplikasi berbasis komputer dan Internet yang digunakan untuk meningkatkan hubungan dan layanan pemerintah kepada warga masyarakatnya atau yang sering disebut dengan istilah G2C (*Government to Citizen*). Di samping itu juga hubungan antara pemerintah dengan perusahaan yang sering disebut G2B (*Government to Business*). Bahkan terhadap pemerintah daerah atau negara lain yang sering disebut G2G (*Government to Government*) sebagai mitranya.

Pembangunan hubungan yang lebih komunikatif, kemudahan layanan administrative dan transaksi serta penyajian informasi inilah yang menjadi dasar pembangunan aplikasi e-Gov tersebut.

Good Governance

Good Governance adalah salah satu unsur yang sangat penting di dalam pelaksanaan *eGovernment*, disamping SDM, Infrastruktur TIK, dan kepemimpinan. *Good Governance* pada dasarnya adalah demokrasi dan ekonomi pasar atau bila dikaitkan dengan ideologi sama artinya dengan liberalisme. *good governance* bisa diartikan sebagai Penyelenggaraan Pemerintah yang baik. Bank Dunia dalam laporannya mengenai "*Governance and Development*"

tahun 1992 mengartikan *good governance*, sebagai pelayanan publik yang efisien, sistem pengadilan yang dapat diandalkan, pemerintahan yang bertanggung-jawab pada publiknya.

Komunikasi

Bittner dalam (Retnowati, Kismantoroedji dan Murdiyanto, 2006) : *Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people* (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar).

Light, Keller dan Calhoun (1989) dalam Sunarto (2004) mengemukakan bahwa media massa yang terdiri atas media cetak (surat kabar, majalah) maupun elektronik (radio, televisi, internet) merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau sejumlah besar orang. Media massa diidentifikasi sebagai suatu agen sosialisasi yang berpengaruh pula terhadap khalayaknya. Peningkatan teknologi yang memungkinkan peningkatan kualitas pesan serta peningkatan frekuensi penerapan masyarakat pun memberi peluang bagi media massa untuk berperan sebagai agen sosialisasi yang semakin penting.

Roucek (1963) dalam Leibo (1995) : Interaksi merupakan suatu proses yang sifatnya timbal balik dan mempunyai pengaruh terhadap perilaku dari pihak-pihak yang bersangkutan melalui kontak langsung, berita yang didengar atau surat kabar.

3. MANFAAT E-GOVERNMENT

Sebuah negara memutuskan untuk mengimplementasikan e-Gov karena percaya bahwa dengan melibatkan teknologi informasi di dalam kerangka manajemen pemerintahan maka akan memberikan sejumlah manfaat seperti :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat dan komunitas Negara lainnya.
2. Memperbaiki proses transparansi dan akuntabilitas di kalangan penyelenggara pemerintahan
3. Mereduksi biaya transaksi, komunikasi, dan interaksi yang terjadi dalam proses pemerintahan
4. Menciptakan masyarakat berbasis komunitas informasi yang lebih berkualitas.

4. KARAKTERISTIK VISI E-GOVERNMENT

Menurut hasil kajian, visi yang baik di dalam e-Gov memiliki sejumlah karakteristik sebagai berikut :

1. Disusun secara kolektif oleh para stakeholder e-Gov karena pada dasarnya konsep ini ditujukan untuk kepentingan bersama. Di samping itu, pendefinisian visi secara bersama-sama tersebut juga berguna untuk menciptakan dukungan dari berbagai pihak yang berkepentingan, agar pelaksanaannya nanti tidak mengalami hambatan yang berarti. Manfaat lain yang diperoleh adalah semakin banyaknya pihak yang turut mensosialisasikan konsep e-Gov ini agar semua orang bersemangat untuk mewujudkannya.
2. Secara esensial, e-Gov memiliki tujuan akhir untuk memenuhi beragam kebutuhan dari masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Berdasarkan hal ini, visi yang dikembangkan haruslah berfokus pada kepentingan masyarakat tersebut. Walaupun dalam beberapa kasus e-Gov bertujuan untuk memperbaiki kinerja internal pemerintah, namun pada akhirnya bermuara pada pemberian pelayanan kepada masyarakat yang lebih baik, lebih murah, atau lebih cepat.
3. Visi harus secara mudah dikomunikasikan dan disosialisasikan. Harap diperhatikan bahwa pada kenyataannya struktur masyarakat sebuah negara cenderung bersifat heterogen, dalam arti kata memiliki latar belakang dan karakteristik yang sangat beragam. Dalam upaya memasyarakatkan visi e-Gov harus ditemukan cara yang mudah dan kontekstual agar seluruh orang mengerti dan memahami esensi dari e-Gov yang ingin dibangun.

5. FAKTOR PENENTU PENERAPAN E-GOVERNMENT

1. Kebutuhan seperti apa yang saat ini menjadi prioritas utama dari masyarakat di negara atau di daerah terkait.
2. Ketersediaan sumber daya yang terdapat pada domain masyarakat dan pemerintah tersebut.
3. Infrastruktur Telekomunikasi. Secara pragmatis harus pula dipertimbangkan potensi dan kemampuan atau status pengembangan infrastruktur telekomunikasi di lokasi terkait. Untuk daerah yang memiliki infrastruktur yang masih teramat sangat minim, perlu dipikirkan pola kerjasama dengan sejumlah pihak swasta guna mengundang mereka berinvestasi di daerah tersebut.
4. Tingkat konektivitas dan penggunaan TI oleh pemerintah. Dengan mengamati sejauh mana pemerintah saat ini memanfaatkan beraneka ragam teknologi informasi dalam membantu kegiatan sehari-hari akan tampak sejauh mana kesiapan mereka untuk menerapkan e-Gov.
5. Kesiapan sumber daya manusia di pemerintah. Semakin tinggi tingkat *information technology literacy* SDM di pemerintah, semakin siap mereka untuk menerapkan konsep e-Gov.

6. Ketersediaan dana dan anggaran. Dana yang dibutuhkan tidak sekedar untuk investasi belaka, namun perlu dianggarkan untuk biaya operasional, pemeliharaan, dan pengembangan di kemudian hari.
7. Perangkat hukum. Karena konsep e-Gov sangat terkait dengan usaha penciptaan dan pendistribusian data/informasi dari satu pihak ke pihak lain, masalah keamanan data/informasi dan hak cipta intelektual, misalnya, akan merupakan hal yang perlu dilindungi oleh undang-undang atau peraturan hukum yang berlaku.
8. Perubahan paradigma. Perubahan paradigma ini akan bermuara pada dibutuhkannya kesadaran dan keinginan untuk mengubah cara kerja, bersikap, perilaku, dan kebiasaan sehari-hari. Jika para pimpinan dan karyawan di pemerintahan tidak mau berubah, maka dapat dikatakan bahwa yang bersangkutan belum siap untuk menerapkan konsep e-Gov.

6. JENIS LAYANAN E-GOVERNMENT

Banyak harapan akan tersedianya berbagai macam layanan untuk aplikasi e-Gov ini. Tetapi secara umum Richardus Eko Indrajit jenis layanan e-Gov dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, antara lain :

1. Jenis layanan yang bertujuan untuk penyediaan informasi seperti visi dan misi pemerintah, berbagai peraturan perundang-undangan, prosedur pendirian usaha, berbagai data kependudukan, pertanian dan perdagangan. Informasi tentang tender proyek, sistem pendidikan di sekolah negeri, hasil pemilu dan lain sebagainya. Untuk jenis layanan yang pertama ini, pembangunan aplikasi e-Gov sangat bertumpu pada penciptaan halaman Web yang menarik, ergonomik dan komunikatif.
2. Jenis layanan yang bersifat komunikasi interaktif dua arah, seperti konsultasi perpajakan, diskusi tentang rancangan undang-undang dan lain sebagainya. Untuk jenis layanan ini, maka aplikasi e-Gov perlu kelengkapan fasilitas seperti video konferensi, atau aplikasi chatting dan email.
3. Jenis layanan yang bersifat transaksi, seperti permohonan KTP, IMB, pembayaran wajib pajak, listrik, PBB, air, telepon secara online dan sebagainya. Untuk jenis layanan ini, maka aplikasi e-Gov juga harus dilengkapi dengan sistem informasi on-line yang mendukung pencatatan setiap transaksi yang terjadi.

7. INFRASTRUKTUR E-GOVERNMENT

Saat ini infrastruktur teknis dinilai telah mencukupi paling tidak untuk membangun sistem e-Gov yang sederhana. Ketersediaan komputer Pentium 4 dengan kecepatan mencapai 3,2 GHz dengan sistem jaringannya dapat memberikan dukungan yang cukup memadai.

Apalagi teknologi media transmisi terus berkembang. Dimana kini dapat dijumpai jaringan kabel untuk internal lingkungan pemerintahan, penggunaan jalur telepon, VSAT, dan gelombang radio untuk melayani akses ke lingkungan Internet dan aplikasi e-Gov tersebut.

Dari segi software, ketersediaan aplikasi Web dan database untuk menciptakan sistem e-Gov yang interaktif juga sudah tersedia, bahkan sangat bervariasi.

8. HAMBATAN DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN E-GOVERNMENT

Jika dilihat dari keterangan di atas, tentunya sangat diinginkan adanya E-Government di Indonesia. Ada beberapa hal yang menjadi hambatan atau tantangan dalam mengimplementasikan E-Government di Indonesia, antara lain :

1. Kultur berbagi belum ada. Kultur berbagi (*sharing*) informasi dan mempermudah urusan belum merasuk di Indonesia. Bahkan ada pameo yang mengatakan: "Apabila bisa dipersulit mengapa dipermudah?". Banyak oknum yang menggunakan kesempatan dengan mempersulit mendapatkan informasi ini.
2. Kultur mendokumentasi belum lazim. Salah satu kesulitan besar yang kita hadapi adalah kurangnya kebiasaan mendokumentasikan (apa saja). Padahal kemampuan mendokumentasi ini menjadi bagian dari ISO 9000 dan juga menjadi bagian dari standar software engineering.
3. Langkanya SDM yang handal. Teknologi informasi merupakan sebuah bidang yang baru. Pemerintah umumnya jarang yang memiliki SDM yang handal di bidang teknologi informasi. SDM yang handal ini biasanya ada di lingkungan bisnis / industri.
4. Kekurangan SDM ini menjadi salah satu penghambat implementasi dari e-government. Sayang sekali kekurangan kemampuan pemerintah ini sering dimanfaatkan oleh oknum bisnis dengan menjual solusi yang salah dan mahal.
5. Infrastruktur yang belum memadai dan mahal. Infrastruktur telekomunikasi Indonesia memang masih belum tersebar secara merata. Di berbagai daerah di Indonesia masih belum tersedia saluran telepon, atau bahkan aliran listrik. Walaupun semua fasilitas ada, harganya masih relatif mahal. Pemerintah juga belum menyiapkan pendanaan (*budget*) untuk keperluan ini.

6. Tempat akses yang terbatas. Sejalan dengan poin di atas, tempat akses informasi jumlahnya juga masih terbatas. Di beberapa tempat di luar negeri, pemerintah dan masyarakat bergotong royong untuk menciptakan access point yang terjangkau, misalnya di perpustakaan umum (*public library*). Di Indonesia hal ini dapat dilakukan di kantor pos, kantor pemerintahan, dan tempat-tempat umum lainnya.

Hambatan-hambatan di atas sebetulnya tidak hanya dihadapi oleh Pemerintah Indonesia (atau pemerintah daerah) saja. Di negara lain pun hal ini masih menjadi masalah. Bahkan di Amerika Serikat pun yang menjadi pionir di dunia Internet masalah E-Government pun merupakan hal yang baru bagi mereka. Namun mereka tidak segan dan tidak takut untuk melakukan eksperimen. Sebagai contoh adalah eksperimen yang dilakukan di California dimana mereka masih mencoba meraba implementasi E-Government yang pas untuk mereka.

9. SOLUSI PELAKSANAAN PROYEK E-GOVERNMENT

1. Mencoba memahami mengapa setiap masalah yang muncul. Analisis ini teramat sangat penting untuk mencari penyebab dan akar permasalahannya. Ada beberapa permasalahan klasik yang kerap muncul dalam setiap inisiatif implementasi e-government, misalnya :
 - a. Ketakutan bahwa mereka akan kehilangan pekerjaan karena tergantikan oleh teknologi
 - b. Kekhawatiran bahwa otoritas atau kekuasaan yang selama ini mereka miliki akan menjadi berkurang jika e-government diimplementasikan.
 - c. Ketidakmampuan mereka dalam menggunakan teknologi seperti komputer atau perangkat lainnya.
 - d. Kesadaran bahwa dengan adanya teknologi maka mereka akan kehilangan "pendapatan" tidak resmi yang kerap diperoleh sehari-hari sebagai balas jasa dari orang-orang yang dilayani.
2. Mengajak para stakeholder proyek e-Gov terutama para calon pengguna langsung atau user untuk bersama-sama duduk dalam merencanakan proyek. Hal ini baik untuk dilakukan mengingat bahwa merekalah yang kelak akan merasakan manfaat dari penerapan e-Gov.
3. Dengan secara konsisten, kontinyu, dan intensif memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai e-Gov yang sebenarnya karena konsep ini sangat asing di kalangan awam yang notabene merupakan mayoritas dari para stakeholder proyek e-Gov.
4. Dengan menyelenggarakan pelatihan-pelatihan bagi mereka yang ingin atau berkepentingan untuk tahu lebih jauh mengenai konsep maupun aplikasi e-Gov.
5. Melibatkan pihak luar seperti konsultan ahli atau para pakar di bidang e-Gov yang telah memiliki jam terbang tinggi di bidang perencanaan dan pengembangan e-Gov untuk menjadi nara sumber dalam usaha mengevaluasi dan memperbaiki kinerja proyek yang berlangsung.
6. Dengan membuat suatu suasana atau lingkungan sehingga yang bersangkutan "terpaksa" untuk menggunakan e-Gov walaupun mereka sebenarnya memiliki resistensi terhadap hal tersebut.
7. Dengan melakukan kampanye secara terus menerus, baik dengan cara tradisional seperti membagikan atau memasang brosur maupun banner, sampai dengan cara-cara modern seperti menggunakan media massa maupun internet.
8. Melalui cara pemberian penghargaan terhadap mereka yang dipandang berhasil menerapkan e-Gov.

10. CONTOH KEBIJAKAN UMUM YANG DISARANKAN

Contoh beberapa kebijakan umum yang disarankan, khususnya untuk Pemerintah Daerah yang belum atau baru akan mengimplementasikan e-Government adalah:

1. Pembangunan e-Government disusun dalam 5 (lima) tahapan, tiap tahapan direncanakan selama 1 (satu) tahun, disesuaikan dengan perencanaan pembangunan yang lazim berlaku di Pemerintah Daerah, seperti RKPD, RENSTRADA, dan lain-lain.
2. Disetiap tahapan dilaksanakan pengembangan aplikasi dari semua kategori. Untuk kategori pemerintahan (G2G), ditekankan pada pembangunan aplikasi untuk lingkup internal Pemda dan Legislatif, baru diperluas ke kecamatan dan kelurahan. Meskipun begitu, di tahap awal sebaiknya juga dibangun satu prototipe jaringan sistem informasi yang utuh dari kelurahan sampai ke pusat.
3. Untuk kategori bisnis (G2B), diprioritaskan pada sistem aplikasi untuk pelayanan UKM dan BUMN/BUMD, termasuk RSUD.
4. Sedangkan untuk kategori umum diprioritaskan pada aplikasi eGov Portal dan aplikasi-aplikasi pendukung seperti kolaborasi dan koordinasi, dan sistem pendukung keputusan.

11. STRATEGI PEMASARAN WEB KORPORAT

Banyak lembaga pemerintah berhasil menciptakan situs web yang menarik secara visual, namun tidak mampu menciptakan hasil yang diharapkan. Para empunya situs web pemerintahan (web admin) dibuat garuk-garuk kepala dan terheran-heran, mengapa sudah lima tahun memiliki situs web, tapi pengunjung yang datang ke situs webnya masih bisa dihitung dengan jari. Atau walaupun datang berkunjung kebanyakan dari mereka terbang tanpa kembali dan tanpa meninggalkan jejak.

Calon turis wisata atau investor yang menelusuri lebih jauh keunggulan potensi atau produk dari suatu kabupaten misalnya pun tidak akan menjadi pengunjung tetap situs tersebut. Kenapa? Situs web pemerintah ibarat wanita cantik atau pria ganteng namun bisu/ gagap. 95% situs web yang memenuhi belantara internet dewasa ini menggunakan desain web yang cantik dan elegan, namun bisu dalam hal promosi dan pemasaran produknya.

Media internet, lewat halaman-halaman webnya, bisa membuat dunia ini semakin sempit bak suatu desa global yang kecil. Tetapi bila kita tidak tahu caranya, tetap saja kita tertinggal dan tenggelam dalam kesendirian ditinggalkan oleh banyak sekali individu atau negara yang telah maju karena mereka tidak bisu.

Begitu juga segala informasi sumber daya alam, kebudayaan daerah yang bagus. Walaupun sudah dikemas dalam informasi on line di dalam halaman-halaman web yang cantik, namun tetap saja tidak kunjung tiba investor dalam negeri maupun mancanegara yang datang. Dan lebih kasihan lagi, kebudayaan yang telah ada berabad-abad lalu bakal sirna diterjang modernisasi secara global.

Sebenarnya, ada beberapa teknik yang bisa menjadikan situs web lebih "bicara". Harapannya bakal terjadi peningkatan aset yang jauh berharga dan menjadi ujung tombak dalam meningkatkan brand awareness kebudayaan dan sumber daya alam daerah. Baik mulai dari tingkat desa, kecamatan, kota, kabupaten, provinsi sampai ke tingkat negara. Semuanya berujung pada investor retention dari dalam dan mancanegara, karena itu paling tidak ada enam hal yang harus dibenahi di setiap situs web pemerintah, antara lain

1. Bicara Ke Pasar

Apakah Anda tahu bagaimana caranya sehingga audiens web Anda dapat ditarik datang ke situs web pemerintah Anda? Dengan menggunakan praktek pull dan push, mereka bisa masuk ke web Anda. Taktik push adalah melakukan sounding ke mana-mana agar publik mengetahui kecantikannya. Taktik pull adalah membuatnya secara otomatis, sehingga situs web itu sendiri yang mampu menarik publik mendarat dan mengagumi kecantikannya. Taktik pull, dapat dilakukan dengan membuat situs web bukan hanya cantik dalam hal desain dan navigasi, namun pandai berbicara bukan saja secara informatif, namun secara persuasif. Kelihaihan dalam bicara ini, akan membuat situs pencari "jatuh cinta" padanya. Manfaatnya adalah mempermudah publik mencari dan mengetahui apa yang ditawarkan di dalam situs web, berbeda dengan kebanyakan pemilik web tidak memahami karena alasan apa dan apa yang menyebabkan audiens mendarat di situs web. Mereka tidak mampu mengantisipasi pikiran dari target audiens yang mengetikkan produk, sumber daya alam serta kebudayaan dan investasi yang mereka punya, yang seharusnya ini merupakan prioritas untuk memahami bagaimana hingga mereka bisa mengunjungi suatu situs web.

2. Tetapkan Arah Tujuan

Selain kiat push dan pull, juga harus dipikirkan arah tujuan web korporat itu sebenarnya bagaimana. Arah tujuan itu sendiri bisa diartikan dengan visi dari web korporat.

3. Buat Skala Prioritas

Ada dua hal apabila investor beralih ke negara lain, selain Indonesia yang memiliki sumber daya alam yang besar, yaitu soal perasaan. Ya perasaan mereka kurang diperhatikan dan perasaan bahwa manfaat menjadi investor dengan Anda tidak sebanding dengan *overhead cost*-nya.

Juga fakta bahwa tidak mengutamakan pengalaman mendarat dari audiens Anda. Sulit untuk menjalankan *audience retention*. Jauh lebih sulit menarik audiens masuk ke situs web korporat Anda dibandingkan mempertahankan mereka dengan selalu *keep in contact*, jadi mengapa harus bersusah-susah mencari audiens baru sedangkan yang lama diabaikan? Perasaan, ya sekali lagi perasaan audiens Anda diabaikan.

Tetapkan skala prioritas, mana yang harus didahului dalam menarik investor, atau cantiknya web, atau gengsi karena memiliki situs web yang cantik namun sepi pengunjung.

4. Awali Dari Perkara Kecil

Tidak ada pertumbuhan tanpa awal yang kecil, itulah sebabnya sekecil apa pun informasi yang diberikan oleh audiens web Anda sangat berarti. Dan ini mampu memberikan win-win relationship antara suatu organisasi dan pelanggannya. Kenyataannya ketika ada yang mencoba mengontak salah satu web pemerintah dengan menggunakan email, ternyata 5 hari kemudian baru mendapatkan e-mail balasan dari mereka. Bayangkan rasa ingin tahu yang harus "ditunda" selama 5 hari. Rasa lapar dan dahaga menjadi hilang. Memang kita secara bawaan sering tidak menghargai hal kecil. Padahal ini barometer kita bisa menghargai hal yang besar.

Pengabaian perkara kecil lainnya adalah, banyak situs web menerapkan prinsip registration di awal, padahal itu semua membutuhkan kepercayaan sebelum seorang audiens mau memberikan informasi tentang dirinya ke dalam halaman web registrasi.

5. Bangun Dialog Komunikasi

Banyak pemilik web tidak memanfaatkan teknologi personalisasi web yang memungkinkan suatu situs web menciptakan "dialog" secara individu dengan audiens web. Dialog ini sebenarnya dapat mengingatkan "mantan" audiens web Anda yang sudah lama tidak berkunjung atau melakukan kontak dengan Anda. Dan akan sangat ampuh bila dibuat model berbasis social networking sehingga setiap individu didalam propinsi yang sama dapat saling bercengkerama untuk meningkatkan promosi kebudayaan dan sumber daya alam daerah lewat tayangan multimedia yang mereka upload sendiri. Untuk bisa melakukan demikian, maka diperlukan suatu training bagi sumber daya manusia di setiap propinsi tersebut.

Dengan membangun komunikasi dialog yang sebenarnya dikenal juga dengan istilah episodic marketing, maksudnya menempatkan sang audiens ke proses sales berdasarkan perilakunya dalam suatu waktu "episode".

6. Jangan Menjadi Sekadar Brosur

Bila mengindahkan pengingat di atas, paling tidak situs web suatu organisasi pemerintah akan menjadi efektif dan bakal mengalami peningkatan dalam *audience loyalty* dan kepuasan tentunya dan menghemat biaya Anda dalam membiayai *public support*.

Terus terang kita semua setuju bahwa kemunduran sumber daya manusia dan sumber daya alam pada suatu propinsi atau Negara adalah hal yang ditakuti oleh seorang pemimpinnya. Karena ini mengakibatkan kemunduran, yang berujung pada profit dan growth. Nah bagi suatu organisasi atau individu yang mengandalkan situs web yang berperan di ujung tombak dalam menghasilkan branding dan revenue seharusnya juga concern juga, maka dalam konteks ini, peranan sumber daya yang dimaksud adalah menjadikan web bak sumber daya manusia itu sendiri.

Andaikata pula Anda mendapati adanya suatu resource yang bakal mampu meningkatkan *customer loyalty*, termasuk juga menurunkan overhead cost untuk customer support, apakah Anda tidak melirik untuk memanfaatkannya? Sebenarnya asalkan kita tahu memerankan situs web sebagai suatu *resource* tersebut, maka akan mendatangkan potensi yg besar yang saat ini tidak banyak organisasi memaksimalkannya, kecuali hanya sebatas "nongol" secara online, dan memiliki web sebatas brosur online saja di tempat antah berantah di dunia intangible.

12. KESIMPULAN

1. Sosialisasi e-Government perlu dilakukan secara konsisten, kontinyu dan insentif kepada masyarakat dikarenakan masyarakat belum mengerti apa dan bagaimana aplikasi e-Government serta manfaat yang dapat mereka ambil.
2. Perlu dilakukan pula suatu pelatihan baik itu pelatihan yang ditujukan bagi karyawan maupun masyarakat dikarenakan tingkat pengetahuan masyarakat yang masih rendah.
3. Penerapan e-Government perlu pengewasan secara terus menerus karena bisa jadi sistem manajemennya akan berubah menjadi tradisional lagi jika tidak diawasi secara langsung.
4. Perlu adanya up dating informasi setiap harinya dikarenakan pergerakan informasi berjalan pesat.
5. Strategi pemasaran bagi web korporat sangat diperlukan untuk kelangsungan e-Government.

13. SARAN

Penerapan e-Government perlu dievaluasi secara terus menerus sehingga dapat diketahui bagian manakah yang tidak berjalan secara optimal.

14. DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M ; Samaraji, M. Layooari. 2005. *Analisa Hasil Survey Kondisi Teknologi Informasi Kabupaten Dompu Dalam Rangka Pengembangan Rencana Strategi E-Government*. Disampaikan Dalam Konferensi Nasional Sistem Informasi 2005 di ITB Bandung.
- Harimurti, M. Agung. *Kajian eGovernment Kabupaten Sragen*. [http://209.85.175.104/search?q=cache:xuEfJ9EE-FEJ:bppi.yogyakarta.depkominfo.go.id/templates/templates_module/jurnal%2520semi%2520populer/Penelitian%2520Mandiri%25202007%2520\(eGov%2520Sragen\).doc+manfaat+e-government+bagi+masyarakat+desa&hl=id&ct=clnk&cd=1&gl=id&client=firefox-a](http://209.85.175.104/search?q=cache:xuEfJ9EE-FEJ:bppi.yogyakarta.depkominfo.go.id/templates/templates_module/jurnal%2520semi%2520populer/Penelitian%2520Mandiri%25202007%2520(eGov%2520Sragen).doc+manfaat+e-government+bagi+masyarakat+desa&hl=id&ct=clnk&cd=1&gl=id&client=firefox-a). Dikunjungi tanggal 3 Mei 2008.
- Indrajit, Richardus Eko; Rudianto, Dudy; Zainuddin, Akbar. 2005. *e-Governmet In Action*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Leibo, Jefta. 1995. *Sosiologi Pedesaan*. Andi Offset. Yogyakarta.

- Onggo, Bob Julius. 2007. *Strategi Pemasaran Web Pemerintah : Cantik Namun Bisu*.
<http://wartaegov.com/content/strategi-pemasaran-situs-web-pemerintah%3A-cantik-namun-bisu>.
Dikunjungi tanggal 3 Mei 2008
- Rahardjo, Budi. 2001. *Membangun E-Government*. dipresentasikan pada Seminar Nasional Jaringan Komputer II, yang diselenggarakan oleh Technic Study Club, STMIK Dipanegara Makassar, 19 Mei 2001.
<http://www.geocities.com/seminartsc>.
- Retnowati, Daru; Kismantoroadji, Teguh; Murdiyanto, Eko. 2006. *Dasar-Dasar Komunikasi Dan Informasi Pertanian*. UPN "Veteran" Yogyakarta Press. Yogyakarta.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Indrajit, Richardus Eko; Rudianto, Dudy; Zainuddin, Akbar. 2005. *e-Governmet In Action*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2003. *Jargon E-Business. Plus 27 Artikel Populer Dan 13 Daftar Situs*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Depdagri. *Lakukan Pembangunan E-Government Secara Bertahap*.
http://www.depdagri.go.id/konten.php?nama=Artikel&op=detail_artikel&id=2. dikunjungi tanggal 3 Mei 2008.