

LAPORAN KEMAJUAN

Penelitian Tesis Magister (PTM- Sosial Humaniora)

**MODEL KOMUNIKASI KOMUNIKASI PARIAMAN *SMART CITY*
MENUJU SMART PEOPLE DI KOTAPARIAMAN**

**OLEH:
DEWI NILA UTAMI
1820862015**



**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2020**

ABSTRAK

Smart city menjadi salah satu konsep penataan dan pengelolaan kota yang dirasa mampu mengatasi masalah yang muncul di perkotaan dalam beberapa tahun belakangan. Agar konsep ini dikenal luas, beberapa daerah menjadikannya sebuah *brand* kota seperti Kota Pariaman dengan *brand* “Pariaman *Smart City*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman komunikasi pemerintah dan masyarakat dalam menyampaikan konsep *smart city*, serta makna *smart city* bagi pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan paradigma konstruktivisme. Adapun teori yang digunakan adalah teori fenomenologi Alfred Schutz dan konstruksi realitas sosial Peter L Berger dan Thomas Luckman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama, pengalaman komunikasi Pemerintah Kota Pariaman dalam upaya mengedukasi ASN dan masyarakat tentang konsep *smart city* berlangsung dalam bentuk komunikasi formal dan informal melalui kegiatan sosialisasi, bimbingan teknis, seminar ataupun FGD. Proses komunikasi melalui kegiatan sosialisasi ataupun seminar ini belum mampu mengedukasi seluruh masyarakat Kota Pariaman. Hal ini dikarenakan Pemerintah Kota Pariaman hanya melakukan satu atau dua kali sosialisasi dengan mengundang para pemuda dan tokoh-tokoh masyarakat dengan latar belakang pendidikan dan usia yang berbeda. Meskipun begitu, pemerintah Kota Pariaman terus mengedukasi masyarakat dengan cara turun langsung ke masyarakat dan mengedukasi mereka tentang konsep *smart city*. Proses edukasi ini menghasilkan respon positif dari masyarakat yang sebelumnya menolak konsep *smart city*. Tidak hanya pemerintah, masyarakat yang telah memahami tentang konsep *smart city* mengedukasi masyarakat lainnya yang belum memahami konsep *smart city* melalui komunikasi informal yang terjadi diantara mereka baik didalam komunitas maupun di warung-warung. Proses edukasi masyarakat ini merupakan salah satu bentuk dukungan mereka terhadap penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Kedua, konsep *smart city* dimaknai sebagai perubahan dalam pemerintahan dan pengelolaan daerah, pemanfaatan teknologi dalam mempermudah aktifitas, kreatifitas dalam segala bidang, efektifitas dalam birokrasi pemerintah, dan harapan untuk masa depan oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman.

Kata Kunci: *Smart City*, Pengalaman Komunikasi, Makna, Kota Pariaman

ABSTRACT

Smart city has become one of the concepts of urban planning and management that is considered capable of overcoming problems that have arisen in cities in recent years. In order to be widely known, some regions make the concept as a city branding such as Pariaman City with the brand "Pariaman Smart City". This study aims to determine the communication experience of the government and the community in conveying the concept of smart city, as well as the meaning of smart city for the government and the people of Kota Pariaman. This study uses a phenomenological approach with a constructivist paradigm. The theory used is the theory of phenomenology of Alfred Schutz and the social reality construction of Peter L Berger and Thomas Luckman. The results showed that, first, the communication experience of the City Government of Pariaman in an effort to educate ASN and the community about the concept of smart city took place in the form of formal and informal communication through socialization activities, technical guidance, seminars or FGDs. The communication process through this socialization activity has not been able to educate the entire community of Pariaman. This is because the Government of Pariaman City only conducts one or two times of socialization by inviting youths and community leaders with different educational backgrounds and ages. Even so, the Government of Pariaman City continues to educate the public by going directly to the community and educating them about the concept of smart city. This educational process resulted in a positive response from the community who previously rejected the concept of smart city. Not only the government but also people who have understood the concept of smart city educate other people who have not understood the concept of smart city through informal communication that occurs between them both within in the community and in stalls. This community education process is one form of their support for the application of the smart city concept in Pariaman City. Second, the concept of smart city is interpreted as a change in government and regional management, the use of technology in facilitating activities, creativity in all fields, effectiveness in government bureaucracy, and hopes for the future by the government and the people of Pariaman City.

Keywords: *Smart City, Communication Experience, Meanings, Pariaman City*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pengetahuan kepada penulis, dan tiada henti melimpahkan kasih sayang, rezeki, nikmat, rahmat dan karunia yang sulit dikira tetapi dapat dirasakan. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita baginda Rasulullah SAW sehingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tesis ini masih banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak serta berkah dari Allah SWT kendala-kendala tersebut dapat diatasi. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang membantu penulis, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, SE, MBA selaku Rektor dan pimpinan tertinggi Universitas Andalas.
2. Bapak Dr. Alfian Miko, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.
3. Seluruh Informan di Dinas Kominfo Kota Pariaman, terutama Bapak Hendri, S.Sos (Kepala Dinas Kominfo Kota Pariaman) serta masyarakat Kota Pariaman yang telah ikut membantu penelitian ini. Terimakasih atas waktu dan bantuannya.

Dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati, penulis menyadari akan berbagai kekurangan dalam penulisan laporan ini. Penulis berharap, tesis ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya dan kemudian dapat menjadi bahan referensi di waktu-waktu mendatang.

Padang,

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Konseptual	19
2.2.1 Komunikasi Pemerintah	19
2.2.2 Proses Komunikasi	20
2.2.3 Pesan Komunikasi	21
2.2.4 Saluran Komunikasi	24
2.2.5 Feedback Komunikasi	25
2.2.6 Hambatan Komunikasi	26
2.2.7 <i>Smart City</i>	26
2.2.8 <i>City Branding</i>	28
2.2.9 <i>Smart People</i>	29
2.3 Tinjauan Teoritis	30
2.3.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz	30
2.3.2 Teori Konstruksi Realitas Sosial Peter L Berger dan Thomas Luckman	31
2.4 Kerangka Berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode Penelitian	36
3.2 Paradigma Penelitian	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Observasi	39
3.3.2 Wawancara Mendalam	39

3.4	Informan Penelitian	41
3.5	Teknik Analisis Data	42
3.6	Validitas Data	43
3.7	Lokasi Penelitian	44
3.8	Waktu Penelitian	44
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN		46
	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
	Lokasi Kawasan Kota Pariaman	46
	Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman ...	46
4.2	Profil Informan	51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
5.1	Hasil Penelitian	54
	Pengalaman Komunikasi Pemerintah Mengedukasi Masyarakat Kota Pariaman Dalam Upaya Mewujudkan Pariaman Smart City	54
	Pengalaman Komunikasi Masyarakat Dalam Upaya Menjadi <i>Smart People</i>	66
	Makna <i>Smart City</i> oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman	83
5.2	Pembahasan	98
	Bentuk Komunikasi Pemerintah Dalam Mengedukasi Masyarakat Kota Pariaman Menuju Smart People	98
	Bentuk Komunikasi Masyarakat Dalam Upaya Menjadi <i>Smart People</i>	110
	Ragam Makna <i>Smart City</i> oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman	124
BAB VI PENUTUP		129
6.1	Kesimpulan	129
6.2	Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Karakteristik dan Faktor Pembentuk <i>Smart City</i>	28
Gambar 2.2	Proses Dialektika Konstruksi Realitas Sosial	33
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman	50
Gambar 5.1	Sosialisasi <i>Smart City</i> kepada ASN dan Masyarakat Kota Pariaman	57
Gambar 5.2	Informasi Yang Dibagikan Informan Melalui Akun Instagramnya	75
Gambar 5.3	Bentuk Kreatifitas Masyarakat di Pantai Cermin dan Talao Pauh Kota Pariaman	79
Gambar 5.4	Pantai Gandorih Yang Dibuat Lebih Menarik dan Instagramable	89
Gambar 5.5	Talao <i>Water Front City</i> , Wisata Pauh Yang Telah Direnovasi	90
Gambar 5.6	Masyarakat Kreatif Mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu <i>Baruak</i> (STIB) di Desa Apar Kota Pariaman	94
Gambar 5.7	Jembatan Warna-Warni di Pantai Gandorih	95
Gambar 5.8	Proses Komunikasi Internal Dinas Kominfo tentang Konsep <i>Smart City</i>	99
Gambar 5.9	Pengalaman Komunikasi Dinas Kominfo dalam Kegiatan Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Terkait Konsep <i>Smart City</i>	100
Gambar 5.10	Pengalaman Komunikasi Dinas Kominfo dengan Masyarakat Terkait Konsep <i>Smart City</i>	104
Gambar 5.11	Kategori Masyarakat dalam Memahami Konsep <i>Smart City</i> .	122
Gambar 5.12	Makna <i>Smart City</i> oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman	125
Gambar 5.13	Proses Konstruksi Realitas Sosial Konsep <i>Smart City</i> oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Informan Penelitian	41
Tabel 3.2	Waktu Penelitian	44

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan persaingan global telah memaksa setiap negara maupun daerah untuk terus bergerak maju dan menjadikan negara ataupun daerahnya berada pada posisi yang diperhitungkan di dunia internasional. Hampir setiap daerah di dunia berusaha untuk menunjukkan eksistensinya melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan *city branding*. Secara umum, *city branding* dipahami sebagai sebuah usaha untuk membangun merek sebuah kota dalam rangka memperkenalkan ataupun mempromosikan daerahnya kepada masyarakat luar.

Kegiatan *city branding* lebih banyak dilakukan melalui dunia *virtual* seiring dengan kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi juga telah merubah sebagian besar tatanan kehidupan dalam bermasyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Tidak hanya itu, pemerintah juga dihadapkan pada permasalahan yang cukup kompleks yakni pertumbuhan penduduk yang cukup pesat, kesenjangan ekonomi, perubahan lingkungan, permasalahan kesehatan hingga perubahan tatanan sosial dalam masyarakat.

Semua persoalan ini harus ditangani dengan serius. Setiap negara maupun pemerintah daerah terutama di Indonesia mencoba menjawab tantangan ini dengan menggunakan berbagai macam cara dan konsep, salah satunya adalah konsep *smart city* atau kota pintar. Konsep kota pintar pertama kali disebutkan pada tahun 1960, meskipun penggunaannya menjadi menonjol pada awal milenium ketiga, karena adanya kepentingan perusahaan multinasional yang beroperasi di sektor teknologi informasi dan komunikasi (TIK) seperti IBM dan Cisco. Dalam hal ini, *smart city* atau kota pintar dianggap sebagai lingkungan perkotaan yang dilengkapi dengan perangkat keras, perangkat lunak, dan peralatan jaringan yang sesuai terdiri dari sensor, kios, perangkat pribadi, smartphone, tablet PC, perangkat GPS, web, jejaring sosial. Semua komponen ini saling berhubungan dan cerdas yang dapat mendeteksi jumlah besar data tentang kehidupan kota secara *real-time*. Interkoneksi mereka berupa integrasi mereka

pada platform komputasi perusahaan sehingga memungkinkan untuk pertukaran informasi antara berbagai layanan kota. Penggunaan cerdas informasi-informasi tersebut memungkinkan untuk melakukan analisis yang kompleks, untuk mengembangkan model konseptual, untuk memvisualisasikan dan mengoptimalkan proses kritis dan untuk mengambil keputusan operasional yang paling rasional (Fontana, 2014: 122).

Konsep *smart city* ini kemudian menjadi fenomenal di dunia internasional. Konsep ini pertama kali diadopsi oleh badan internasional seperti Uni Eropa. Uni Eropa terus berupaya merancang strategi untuk mencapai pertumbuhan kota cerdas untuk wilayah kota-kota metropolitannya,¹ seperti Stockholm, Ontario, Glasgow, New York, dan Singapura sebagai daerah persemakmuran Inggris di Asia. Keberhasilan kota-kota tersebut kemudian diikuti oleh kota-kota lainnya di dunia termasuk di Asia seperti Taipei, Mitaka-Jepang, Seoul, Suwon, Songdo, Bandung dan Surabaya.

Kota Bandung sebagai salah satu pionir penerapan konsep *smart city* di Indonesia sering dijadikan acuan oleh daerah-daerah lain di Indonesia untuk penerapan konsep *smart city* ini. Pada awal tahun 2000an, Kota Bandung memiliki beberapa *branding* negatif seperti Kota Macet, Kota Sampah, dan Kota Banjir. Pada tahun 2013, Kota Bandung mulai berbenah dengan melakukan perbaikan di segala bidang baik infrastruktur maupun pelayanan publik dengan menerapkan konsep *smart city*. *Branding-branding* negatif tersebut secara perlahan menghilang seiring dengan perbaikan-perbaikan yang telah dilakukan Pemerintah Kota Bandung. Kota Bandung kemudian lebih dikenal dengan julukan Kota Kuliner, Kota Kreatif, Kota Layak Anak, Kota Wisata Religius, Kota Seribu Taman, Kota Ramah Perempuan dan Penyandang Disabilitas dan *Smart City* (Nugraha, 2017). Tidak hanya Kota Bandung, Kota Surabaya juga telah membuktikan keseriusannya dalam inovasi *smart city*.

Pemko Surabaya membuat Tempat Pembuangan Akhir (TPA) yang terintegrasi secara elektronik sehingga pemerintah dapat memantau berapa ton sampah yang dikirim dari setiap masing-masing Tempat Pembuangan Sementara

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Smart_city diakses pada 5 November 2019 jam 02.05

(TPS). Dengan memanfaatkan media sosial dan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi, Kota Bandung dan Surabaya telah mendorong tumbuhnya partisipasi masyarakat. Hal ini memunculkan suatu hubungan yang kuat dan saling memberikan kontribusi antara masyarakat dan pemerintah sesuai dengan perannya masing-masing.

Anggini (2016: 447) mengemukakan bahwa dalam menyelenggarakan pemerintahan berbasis *smart city* perlu menggabungkan pendekatan *top-down* dan *bottom-up*. Bagaimanapun juga, kolaborasi antara para pemangku kepentingan, pemanfaatan teknologi yang diimbangi dengan kesiapan SDM, dan kejelasan fokus dalam implementasi program serta kepemimpinan perlu dilakukan dalam mewujudkan *smart city* (Novianti dan Syahid, 2017). Berkaca dari keberhasilan Kota Bandung dan Kota Surabaya, setiap daerah di Indonesia termasuk Kota Pariaman Provinsi Sumatera Barat juga terus berusaha memperbaiki dan menjadikan daerahnya sebagai daerah yang aman dan nyaman untuk ditinggali ataupun untuk dikunjungi.

Konsep *smart city* ini telah mulai dikemukakan pada tahun 2014 di Kota Pariaman. Pemerintah Kota Pariamanpun telah menjalin kerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika dan PT. Telkom Witel Sumbar dalam usaha mewujudkan *smart city* di Kota Pariaman. Kota Pariaman memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menciptakan suatu pemerintahan yang lebih terbuka dan mendorong partisipasi serta peran aktif masyarakat dalam pembangunan dan pengelolaan kota sebagai salah satu faktor penunjang terwujudnya *smart city* di Kota Pariaman. Dalam rangka mewujudkan hal ini, Pemerintah Kota Pariaman telah melakukan proses digitalisasi dan komputasi dalam beberapa bidang terutama pemerintahan dengan harapan akan terjalannya suatu proses komunikasi dua arah atau interaksi yang lebih erat dan bersifat dinamis antara pemerintah dengan masyarakat.

Berdasarkan data dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman yang tertuang dalam dokumen *Master Plan E-Government* Kota Pariaman tahun 2019-2023, Pemerintah Kota Pariaman telah memiliki 97 aplikasi yang ditujukan untuk memudahkan dalam pekerjaan dan kerjasama baik antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) maupun antara OPD dengan masyarakat di Kota

Pariaman. Pembuatan aplikasi ini merupakan salah satu unsur dalam mewujudkan Pariaman *Smart City* yakni *Smart Government*.

Ada beberapa aplikasi yang dikhususkan untuk masyarakat namun belum dimanfaatkan oleh masyarakat secara optimal contohnya aplikasi UPIAK. Aplikasi ini dimaksudkan untuk menerima keluhan atau pengaduan masyarakat Kota Pariaman melalui SMS. Berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman, hanya sedikit masyarakat yang menyampaikan keluhan, pertanyaan, saran dan dukungan kepada Pemerintah Kota Pariaman. Pada tahun 2017, 2018 hingga Februari 2019 hanya sebanyak 15 keluhan dan pertanyaan yang disampaikan kepada Pemerintah Kota Pariaman melalui aplikasi UPIAK.

Peluncuran aplikasi UPIAK ini telah disosialisasikan kepada masyarakat Kota Pariaman pada Februari 2017 dengan mengundang tokoh-tokoh masyarakat di Kota Pariaman. Pemerintah Kota Pariaman tidak hanya mensosialisasikan namun juga mengedukasi masyarakat tentang cara penggunaan aplikasi ini.² Para tokoh masyarakat tersebut diminta untuk dapat menyampaikan tentang aplikasi ini kepada masyarakat di sekitarnya.

Pemerintah Kota Pariaman juga telah memperkenalkan beberapa merek lainnya dalam usaha mempromosikan Kota Pariaman ke dunia luar. Salah satunya adalah *membrand* pariwisata Kota Pariaman dengan menonjolkan salah satu pulau yang ia miliki, yakni Pulau Angso Duo. Pemerintah bersama masyarakat Kota Pariaman secara bersama-sama mempromosikan Pulau Angso Duo ini baik melalui dunia nyata maupun dunia virtual. Pemerintah Kota Pariaman telah membuat sebuah logo “Pulau Angso Duo” yang dipasang di pulau tersebut. Hal ini dilakukan agar para pengunjung dapat berfoto di logo tersebut yang secara tidak langsung juga telah mempromosikan pulau Angso Duo kepada masyarakat luar.

Masyarakat Kota Pariaman juga telah ikut mempromosikan pulau ini dengan mengupload foto-foto di Pulau Angso Duo dengan angle yang menarik dan *instagrammable*. Sebuah komunitas anak muda Kota Pariaman telah mulai

² <https://sumbar.antaranews.com/berita/198536/pariaman-luncurkan-aplikasi-upiak-tampung-keluhan-masyarakat> diakses tanggal 30 November 2019 jam 19.25 wib

memperkenalkan pulau ini melalui media sosial dan website dengan hastag #ayokepariaman. Tidak hanya Pulau Angso Duo, Kota Pariaman juga telah menciptakan taman-taman yang indah dengan merek-merek seperti *ASEAN Youth Park*, Taman Anas Malik, Monumen Angkatan Laut, Pantai Kata dan lain sebagainya. Keberadaan *brand-brand* ini merupakan salah satu dimensi dalam mewujudkan konsep *smart city* yaitu dimensi *smart tourism* dan *smart branding*.

Pemerintah Kota Pariaman juga telah melakukan diseminasi informasi tentang konsep *smart city* ini kepada masyarakat dalam berbagai bentuk seperti publikasi (berita), seminar³ ataupun *Focus Group Discussion* (FGD). Tidak hanya itu, hampir dalam setiap acara yang dihadiri oleh pimpinan daerah Kota Pariaman baik walikota maupun wakil walikota selalu menyampaikan sekilas tentang *smart city* ini.⁴ Meskipun begitu, *smart city* masih dipahami oleh sebagian masyarakat adalah internet dan aplikasi.

Smart city bukan hanya internet dan aplikasi. Internet dan aplikasi merupakan faktor-faktor penunjang terwujudnya *smart city*. Sejatinya, internet menghubungkan aplikasi-aplikasi dengan masyarakat sehingga dapat tercipta komunikasi dua arah antara pemerintah dengan masyarakatnya. Tidak hanya itu, internet juga difungsikan sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi tentang program-program pemerintah daerah ataupun informasi lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kesehariannya. Dengan kata lain, *smart city* adalah suatu program dengan tujuan menjadikan sebuah kota atau daerah dimana masyarakatnya dapat menggunakan teknologi informasi komunikasi terutama internet dengan lebih cerdas sehingga bisa memberikan keuntungan untuk peningkatan kesejahteraan hidup atau menjadikan hidup lebih baik dari segi ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial, lingkungan dan lain sebagainya. Dalam mewujudkan *branding* Pariaman *Smart City* ini tentunya partisipasi dan dukungan dari seluruh *stakeholder* terutama masyarakat Kota Pariaman itu sendiri sangat dibutuhkan.

³ <https://minangkabaunews.com/artikel-9586-hadiri-munas-v-apeksi-di-jambi-wako-pariaman-rancang-strategi-bentuk-kota-smartcity.html> diakses tanggal 22 Januari 2019 jam 22.47 wib

⁴ <https://minangkabaunews.com/artikel-17885-genius-umar-paparkan-smart-city-pada-semnas-alumni-star.html> diakses tanggal 22 Januari 2019 jam 23.05 wib.

Pemerintah Kota Pariaman telah mulai mengedukasi masyarakat khususnya siswa Sekolah Dasar (SD) tentang teknologi melalui mobil pelayanan MCAP (*Mobile Community Access Point*) sejak tahun 2010. Mobil pelayanan MCAP ini rutin mengunjungi sekolah-sekolah dasar di Kota Pariaman setiap minggunya. Dari observasi awal yang peneliti lakukan, peneliti mendapatkan fakta bahwa sebagian besar masyarakat Kota Pariaman telah melek teknologi. Bahkan siswa SDpun telah menggunakan HP android dan menginstal aplikasi-aplikasi yang mereka inginkan terutama game. Hal ini memungkinkan terwujudnya *smart city* di Kota Pariaman dengan cepat.

Pada tahun 2017, Kota Pariaman mendapatkan 10 kategori penghargaan dari 14 kategori yang dinilai oleh Rating Kota Cerdas Indonesia (RKCI) di Jakarta. Penilaian yang dilakukan oleh tim RKCI yang terdiri dari para akademisi ITB (Institut Teknologi Bandung) dan didukung oleh Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia (APEKSI), BRI serta Indosat berkaitan dengan efisiensi dan efektivitas kota dengan cara cerdas. 10 kategori yang didapat oleh Kota Pariaman adalah Rating Lingkungan Cerdas (*Smart Environment*), Rating Sosial Cerdas (*Smart Social*), Rating Ekonomi Cerdas (*Smart Economy*), Rating Mobilitas Cerdas (*Smart Mobility*), Rating Kesehatan Cerdas (*Smart Health*), Rating Kesiapan Pemerintahan Digital (*Digital Government Readiness*), Rating Keamanan dan Kebencanaan Kota (*Safe and Secure City*), Rating Kesiapan Infrastruktur (*Infrastruktur Readiness*), Rating Ekosistem Kompetitif dan Rating Ekosistem Inovatif.⁵

Berdasarkan wawancara awal, yang dilakukan pada tanggal 14 Januari 2019 dengan beberapa anggota masyarakat dari berbagai latar belakang pendidikan ataupun profesi di Kota Pariaman, ditemukan fakta bahwa ada sebagian masyarakat Kota Pariaman yang tidak mengetahui tentang konsep *smart city* ini. Beberapa dari mereka mengakui bahwa ini pertama kalinya mereka mendengar tentang *smart city*. Mereka mengakui telah menggunakan internet

5

<https://sumbarsatu.com/berita/17399-hebat-kota-pariaman-terima-10-dari-14-penghargaan-rkci-2017> diakses pada 18 November 2019 jam 12.18 WIB

dalam kehidupan mereka sehari-hari. Internet merupakan salah satu faktor penunjang terwujudnya konsep *smart city*. Sebagian besar dari mereka mengakui bahwa mereka lebih sering menggunakan internet hanya untuk sarana komunikasi seperti *whats app* atau sekedar eksis di dunia maya melalui *instagram*, *twitter* dan *facebook*.

Sebagian masyarakat Kota Pariaman juga ada yang telah memahami konsep *smart city* tersebut dan telah menerapkannya dalam kehidupan mereka sehari-hari. Masyarakat dalam kelompok ini telah memanfaatkan internet tidak hanya untuk sarana komunikasi ataupun eksis di media sosial. Mereka telah memanfaatkan internet untuk menambah wawasan, membuka pola pikir serta memanfaatkannya untuk peluang usaha. Masyarakat ini juga telah menerapkan nilai-nilai dalam *smart city* seperti kesadaran untuk menjaga lingkungan. Merekapun sudah mulai merasakan manfaatnya, contohnya dalam hal pembangunan dan pengelolaan kota yang telah mulai menggunakan konsep ini.

Mereka mengakui bahwa banyak wilayah di Kota Pariaman yang telah dibenahi seperti telah dibuatnya jalan aspal hingga ke pelosok-pelosok daerah di Kota Pariaman. Hal ini membuat masyarakat lebih dimudahkan dan nyaman dalam berkendara. Lingkungan yang tertata rapi juga akan membuat setiap orang merasa nyaman untuk tinggal di daerah tersebut. Hal ini merupakan salah satu dimensi dalam *smart city* yaitu *smart living*.

Tidak hanya itu, kawasan wisata di sepanjang pantai Kota Pariaman juga telah dibenahi oleh Pemerintah Kota Pariaman sehingga masyarakat dan pengunjung merasa nyaman berwisata. Situasi ini dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Pariaman untuk mendapatkan tambahan penghasilan dari dunia pariwisata. Pembenahan kawasan wisata merupakan dimensi lainnya dalam *smart city* yakni *smart tourism*. Mereka juga menyadari bahwa menjaga lingkungan tidak hanya untuk kesehatan tapi juga dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi mereka. Masyarakat yang menyadari pentingnya menjaga lingkungan menyadari bahwa tindakan menjaga lingkungan harus dilakukan secara bersama-sama baik oleh pemerintah, masyarakat maupun wisatawan.

Situasi ini dapat menuntun masyarakat Kota Pariaman untuk menjadi masyarakat cerdas. Masyarakat cerdas (*smart people*) merupakan satu dimensi

lainnya dalam mewujudkan Pariaman *Smart City*. Bagaimanapun juga, setiap tindakan yang dilakukan Pemerintah Kota Pariaman merupakan upaya dalam mewujudkan Pariaman *Smart City*. Adanya komitmen yang kuat diantara seluruh *stakeholder* akan mempercepat terwujudnya konsep Pariaman *Smart City*.

Poernomo (2015) menyebutkan bahwa dalam pembangunan sebuah kota yang menerapkan konsep *smart city* memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi ke dalam satu kesatuan (sistem) dengan satu tujuan pokok, yakni melayani semua kebutuhan masyarakat dengan cepat, tepat, ramah, dan memuaskan, dengan bertumpu pada pemanfaatan teknologi informasi secara maksimal. Konsep *smart city* kemudian menjadi merek kota (*city branding*) di beberapa kota di dunia termasuk Indonesia. Proses *city branding* akan menjadi lebih mudah dilakukan jika *city branding* yang akan diciptakan mempunyai akar budaya, sosial, ekonomi dan menjadi keseharian masyarakat dan kota tersebut (Prabowo, 2015: 169).

Pramuningrum dan Ali (2017: 31) menyebutkan bahwa dalam memasarkan *city branding*, pemerintah perlu melakukan komunikasi baik secara offline maupun online yang saling berintegrasi. Pengalaman komunikasi dari komunikator juga sangat menentukan dalam proses penyampaian pesan termasuk *branding* ataupun konsep sebuah kota. Nurtyasrini dan Hafiar (2016: 221) mengemukakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh sumber (komunikator) cocok dengan kerangka acuan, yakni paduan pengalaman dan pengertian yang diperoleh penerima. Dengan kata lain, jika pengalaman sumber sama dengan pengalaman penerima, maka komunikasi akan berjalan efektif.

Banyaknya manfaat yang dirasakan oleh kelompok masyarakat yang telah memahami dan menerapkan nilai-nilai *smart city* mendorong peneliti untuk mencari tahu sejauh mana pemahaman mereka tentang konsep *smart city* serta alasan yang mendorong mereka perlunya konsep *smart city* diterapkan di Kota Pariaman. Peneliti juga tertarik untuk mencari tahu bentuk komunikasi yang telah dilakukan pemerintah Kota Pariaman dalam memperkenalkan konsep *smart city* kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian yang akan dilakukan ini difokuskan pada pengalaman komunikasi pemerintah dalam mengedukasi masyarakat Kota Pariaman menuju *smart people* dalam upaya mewujudkan Pariaman *Smart City* serta pengalaman komunikasi yang dimiliki masyarakat Kota Pariaman dalam upaya mendukung dan mewujudkan konsep *smart city* di Kota Pariaman.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka ditetapkanlah suatu rumusan masalah yakni bagaimana pengalaman komunikasi pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman dalam upaya mendukung dan mewujudkan Pariaman *Smart City*?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengalaman komunikasi pemerintah dalam mengedukasi masyarakat Kota Pariaman menuju *smart people* sebagai salah satu upaya mewujudkan *Pariaman Smart City*.
2. Menganalisis pengalaman komunikasi masyarakat Kota Pariaman dalam upaya menjadi *smart people*.
3. Mengetahui makna yang dimiliki oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman tentang konsep *smart city*.

Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran serta dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu komunikasi yang berhubungan dengan konsep *smart city* sebagai sebuah *city branding* melalui pendekatan fenomenologi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah Kota Pariaman untuk membuat rencana aksi berisi target-target, cara atau proses dalam penyampaian *branding* Pariaman *Smart City* dan

melakukan tahapan monitoring serta evaluasi untuk mengukur keberhasilan proses komunikasi yang telah dilaksanakan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu yang relevan merupakan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan kajian yang akan diteliti. Penelitian yang relevan ini juga digunakan sebagai referensi atau acuan dalam melakukan penelitian dan pembandingan ataupun pembeda sehingga peneliti tidak melakukan penelitian yang sama dengan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya. Ada 4 (empat) penelitian terdahulu yang dijadikan acuan pada penelitian ini yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Sarah Nurtyasrini dan Hanny Hafiar dengan judul penelitian “Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri dan Lingkungan Pemulung di TPA Bantar Gebang” yang dilakukan pada tahun 2016. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman komunikasi pemulung dalam menjaga kesehatan diri dan lingkungan di TPA Bantar Gebang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemulung dalam melakukan pekerjaan memiliki pengalaman yang berbeda. Pengalaman inilah yang menjadi alasan mereka untuk menjaga kesehatan diri atau tidak sehingga membentuk dua kategori pemulung yaitu pemulung sadar kesehatan diri dan lingkungan dan pemulung yang tidak sadar kesehatan diri dan lingkungan. Pemulung yang sadar kesehatan diri dan lingkungan akan melakukan tindakan antisipatif untuk menjaga kesehatan diri dari ancaman kuman atau bakteri yang akan menimbulkan penyakit bahkan menyebabkan kematian. Pemulung yang tidak sadar dengan kesehatan diri dan lingkungan seringkali tidak peduli dengan kesehatan diri mereka baik selama mereka melakukan kegiatan memulung ataupun di rumah yang mereka tempati. Namun pemulung yang tidak sadar dapat menjadi sadar ketika penyakit telah menggerogoti tubuh mereka, atau melihat teman mereka sesama pemulung jatuh sakit yang kemudian mengakibatkan kematian. Penelitian ini memiliki kelemahan yaitu peneliti tidak mengambil sudut pandang dari Dinas Kesehatan, apakah Dinas Kesehatan di daerah tersebut sudah

melakukan edukasi atau penyuluhan tentang pentingnya menjaga kesehatan kepada para pemulung tersebut.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rima Nurani Sukma, Suwandi Sumartias dan Nuryah Asri Sjafirah dengan judul “Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner di Kota Sukabumi” yang dilakukan pada tahun 2016. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi motif-motif yang mendorong pelaku melakukan bisnis keluarga, mendeskripsikan makna komunikasi bisnis keluarga serta mendeskripsikan aktivitas komunikasi bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis keluarga dalam menjalankan bisnis kulinernya. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa motif yang mendorong pelaku untuk melakukan bisnis keluarga diantaranya adalah motif kepatuhan, motif aktualisasi diri, motif ekonomi dan motif bakat. Para pelaku bisnis keluarga memaknai komunikasi bisnis keluarga sebagai sebuah tantangan dan kepatuhan. Dua makna yang dikonstruksi tersebut dapat dinetralisir dengan melakukan obrolan ringan, pertemuan bisnis keluarga, rapat keluarga yang dapat menghasilkan beberapa poin, seperti pengambilan keputusan yang dapat dilakukan secara diskusi dan profesional, melakukan pelaporan kegiatan bisnis, dan mencari jalan keluar dari perbedaan pendapat bahkan konflik. Ada beberapa aktivitas komunikasi pelaku bisnis keluarga tersebut mencakup promosi, membangun hubungan dengan karyawan, supplier dan memfasilitasi pelanggan restoran dengan acara karaoke, *happy hours*, nonton bareng, serta membina hubungan dengan partner bisnis dengan membangun perjanjian kerjasama pembukaan cabang baru.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Utamidewi, Deddy Mulyana, dan Edwin Rizal pada tahun 2017 dengan judul “Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan.” Penelitian ini adalah sebuah penelitian dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman komunikasi keluarga buruh migran perempuan dalam mengelola komunikasi dalam rangka mempertahankan keutuhan rumah tangga mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Utamidewi dkk menunjukkan hasil bahwa buruh migran dalam memaknai

profesinya sebagai buruh migran perempuan tidak hanya sebagai profesi namun juga sebagai mata pencaharian, aktualisasi diri, inspirator dan motivator. Dalam memaknai peran dirinya sebagai istri, buruh migran perempuan memaknai dirinya sebagai seorang perempuan yang ditakdirkan sebagai istri (kodrat illahi) yang dapat membantu mencari nafkah, sebagai teman hidup, penasehat yang bijaksana untuk suami, dan menjadi seseorang yang dapat mendorong atau memotivasi suami. Buruh migran perempuan memaknai dirinya sebagai seorang ibu yaitu sebagai sumber pemenuhan kebutuhan anak, teladan bagi anaknya dan sebagai pemberi rangsangan bagi perkembangan anaknya. Tiga motif yang melatarbelakangi buruh migran perempuan untuk mengelola komunikasi, yaitu motif saling menjaga, mencintai dan menyayangi, serta motif agama.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Fasya Maudia, Hanny Hafiar, Anwar Sani dengan judul “Konstruksi Makna Reputasi Digital Melalui Perspektif Penyiar Radio” pada tahun 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan paradigma konstruktivisme. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna reputasi digital, motif dalam membentuk reputasi digital dan interaksi yang dilakukan oleh penyiar radio dalam membentuk reputasi digital. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa makna reputasi digital bagi penyiar radio dibagi menjadi dua yaitu yang berkenaan dengan diri penyiar radio sebagai individu atau *self oriented* dan yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan yaitu *company oriented*. Penyiar radio memiliki dua motif dalam membentuk reputasi digital yaitu *because motives* dan *in order to motives*. *Because motives* dari para penyiar radio adalah latar belakang individu dan pengaruh lingkungan, sedangkan *in order to motives* yaitu tujuan penyiar radio dalam membentuk reputasi digital. Penyiar radio melakukan interaksi yang berhubungan dengan antarpersonal sebagai individu dan interaksi yang didasari konteks profesi sebagai penyiar radio. Penelitian ini tidak melihat sudut pandang para follower penyiar radio tersebut, apakah dengan reputasi digital yang bagus menjadi dasar bagi para follower untuk mendengarkan siaran radio dari para penyiar tersebut.

Jika dilihat dari empat penelitian di atas maka kelebihan dalam penelitian ini mengambil dua pengalaman komunikasi dari Dinas Komunikasi dan

Informatika dan masyarakat yang mendukung penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman dalam upaya mewujudkan Pariaman *Smart City*. Peneliti memutuskan untuk mengangkat permasalahan ini karena belum ada penelitian dengan judul yang sama sehingga diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan sesuatu yang baru dan berguna bagi *stakeholder* terkait.

Untuk melihat relevansi dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, serta untuk melihat kebaruannya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Nama Peneliti	Sarah Nurtyasrini dan Hanny Hafiar (2016)	Rima Nurani Sukma, Suwandi Sumartias dan Nuryah Asri Sjafrirah (2016)	Wahyu Utamidewi, Deddy Mulyana, dan Edwin Rizal (2017)	Fasya Maudia, Hanny Hafiar, Anwar Sani (2018)	Dewi Nila Utami (Tesis Ilmu Komunikasi)
1.	Judul	Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri dan Lingkungan di TPA Bantar Gebang (Jurnal Kajian Komunikasi, vol 4, no 2, Desember 2016, hal 119-228)	Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner di Kota Sukabumi (Jurnal Kajian Komunikasi, vol 4, no 1, Juni 2016, hal 28-43)	Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan (Jurnal Kajian Komunikasi, vol 5, no 1, Juni 2017, hal 69-80)	Konstruksi Makna Reputasi Digital Melalui Perspektif Penyiar Radio (Profetik Jurnal Komunikasi, Vol.11, no 01, April 2018, hal 54-70)	Pengalaman Komunikasi Pemerintah dan Masyarakat dalam Mendukung <i>Branding</i> Pariaman <i>Smart City</i>
2.	Tujuan	untuk mengetahui pengalaman komunikasi pemulung dalam menjaga kesehatan diri dan lingkungan di TPA Bantar Gebang.	untuk mengidentifikasi motif-motif yang mendorong pelaku melakukan bisnis keluarga, mendeskripsikan makna komunikasi bisnis keluarga serta mendeskripsikan	untuk mengetahui pengalaman komunikasi keluarga buruh migran perempuan mengelola komunikasi dalam rangka mempertahankan keutuhan rumah tangga mereka.	untuk mengetahui makna reputasi digital, motif dalam membentuk reputasi digital dan interaksi yang dilakukan oleh penyiar radio dalam membentuk reputasi digital	untuk mengetahui pengalaman komunikasi, makna dan motif yang dimiliki pemerintah dan masyarakat dalam mendukung Pariaman <i>Smart City</i>

			aktivitas komunikasi bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis keluarga dalam menjalankan bisnis kulinernya.			
3.	Teori	Teori Fenomenologi Alfred Schutz	Teori Fenomenologi Alfred Schutz	Teori Fenomenologi Alfred Schutz	Teori Fenomenologi Alfred Schutz	Teori Fenomenologi Alfred Schutz, Teori Konstruksi Realitas Sosial Peter L Berger & Thomas Luckman
4.	Metode Penelitian	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi
5.	Hasil Penelitian	Terdapat dua kategori pemulung, yaitu pemulung yang sadar tentang kesehatan diri dan lingkungan, serta pemulung yang tidak sadar tentang kesehatan diri dan lingkungan. Para pemulung mendapatkan informasi tentang kesehatan diri dan lingkungan dari teman sesama pemulung, tetangga, televisi,	beberapa motif yang mendorong pelaku bisnis keluarga diantaranya adalah motif kepatuhan, motif aktualisasi diri, motif ekonomi dan motif bakat. Para pelaku bisnis keluarga memaknai komunikasi bisnis keluarga sebagai sebuah tantangan dan kepatuhan yang dapat dinetralisir dengan	buruh migran dalam memaknai profesinya sebagai buruh migran perempuan tidak hanya sebagai profesi namun juga sebagai mata pencaharian, aktualisasi diri, inspirator dan motivator. Dalam memaknai peran dirinya sebagai istri, buruh migran perempuan memaknai dirinya sebagai seorang perempuan	makna reputasi digital bagi penyiar radio dibagi menjadi dua yaitu yang berkenaan dengan diri penyiar radio sebagai individu atau <i>self oriented</i> dan yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan yaitu <i>company oriented</i> . Penyiar radio memiliki dua motif dalam membentuk reputasi digital yaitu <i>because motives</i> dan <i>in order to motives</i> . <i>Because motives</i>	

		radio, dan koran.	<p>melakukan obrolan ringan, pertemuan bisnis keluarga, rapat keluarga yang dapat menghasilkan beberapa poin, seperti pengambilan keputusan, melakukan pelaporan kegiatan bisnis, dan solusi dari perbedaan pendapat bahkan konflik.</p> <p>Beberapa aktivitas komunikasi pelaku bisnis keluarga yaitu promosi, membangun hubungan dengan karyawan, supliyer dan memfasilitasi pelanggan restoran dengan acara karaoke, <i>happy hours</i>, nonton bareng, serta membina hubungan dengan partner bisnis dengan membangun perjanjian kerjasama pembukaan cabang baru.</p>	<p>yang ditakdirkan sebagai istri (kodrat illahi) yang dapat membantu mencari nafkah, sebagai teman hidup, penasehat yang bijaksana untuk suami, dan menjadi seseorang yang dapat mendorong atau memotivasi suami.</p> <p>Buruh migran perempuan memaknai dirinya sebagai seorang ibu yaitu sebagai sumber pemenuhan kebutuhan anak, teladan bagi anaknya dan sebagai pemberi rangsangan bagi perkembangan anaknya. Tiga motif yang melatarbelakangi buruh migran perempuan untuk mengelola komunikasi, yaitu motif saling menjaga, mencintai dan menyayangi, serta</p>	<p>dari para penyiar radio adalah latar belakang individu dan pengaruh lingkungan, sedangkan <i>in order to motives</i> yaitu tujuan penyiar radio dalam membentuk reputasi digital. Penyiar radio melakukan interaksi yang berhubungan dengan antarpersonal sebagai individu dan interaksi yang didasari konteks profesi sebagai penyiar radio.</p>	
--	--	-------------------	--	---	--	--

				motif agama.		
6.	Persamaan	Sama-sama meneliti tentang pengalaman komunikasi	Sama-sama meneliti tentang pengalaman komunikasi	Sama-sama meneliti tentang pengalaman komunikasi	Sama-sama meneliti tentang konstruksi makna	Adapun persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengalaman komunikasi dan konstruksi makna
7.	Perbedaan	Peneliti menggunakan subjek penelitian adalah Dinas Kominfo dan masyarakat dari berbagai latar belakang profesi berbeda, sedangkan penelitian ini hanya difokuskan pada pengalaman komunikasi pemulung.	Penelitian ini difokuskan pada keluarga-keluarga yang menjalankan bisnis kuliner keluarga. Sedangkan peneliti sendiri akan memfokuskan penelitian pada pengalaman komunikasi pemerintah dan masyarakat dalam mendukung Pariaman <i>Smart city</i> .	Penelitian ini difokuskan pada pengalaman komunikasi buruh migran perempuan mengelola dan menjaga keutuhan rumah tangga mereka, sedangkan peneliti sendiri akan memfokuskan pada pengalaman komunikasi pemerintah dan masyarakat dalam mendukung Pariaman <i>Smart city</i>	Penelitian ini difokuskan pada makna reputasi digital yang dimiliki oleh para penyiar radio sedangkan peneliti sendiri akan memfokuskan pada pengalaman komunikasi pemerintah dan masyarakat dalam mendukung Pariaman <i>Smart city</i> serta makna yang mereka pahami bersama.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus penelitian dan tema yang akan diteliti. Pada penelitian ini, fokus penelitian adalah Dinas Kominfo dan masyarakat Kota Pariaman dalam mendukung Pariaman <i>Smart City</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Tinjauan Konseptual

Komunikasi Pemerintah

Komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Dalam berhubungan antara satu dengan yang lainnya, setiap orang menggunakan simbol baik dalam bentuk lambang, tanda maupun gerak tubuh yang merupakan bagian terpenting dalam komunikasi. Beberapa ahli telah mengemukakan definisi tentang komunikasi. Pearce dan Cronen (dalam Griffin, 2012: 67) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana kita secara kolektif menciptakan peristiwa dan objek dari dunia sosial kita. Tubbs dan Moss (2005) juga memaknai komunikasi sebagai sebuah proses yang meliputi pengiriman pesan dari sistem saraf seseorang kepada sistem saraf orang lain, dengan maksud untuk menghasilkan sebuah makna yang serupa dengan yang ada dalam pikiran si pengirim.

Wood (2009: 3) mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses sistemik di mana orang saling berinteraksi melalui simbol untuk membuat dan menafsirkan makna. Sebagai suatu proses, komunikasi selalu berlangsung dan selalu bergerak, bergerak untuk terus maju dan terus berubah. Sulit untuk mengetahui kapan komunikasi dimulai dan berhenti, karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang mungkin akan mempengaruhi interaksi, dan apa yang terjadi dalam pertemuan tertentu mungkin memiliki dampak di masa depan. Komunikasi sebagai sesuatu yang sistemik terjadi dalam suatu sistem dari bagian-bagian yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi.

Seperti komunikasi pada umumnya, komunikasi pemerintah dimaknai sebagai proses penyampaian ide, gagasan, informasi, pernyataan ataupun isi pikiran dari pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Sedarmayanti, 2018: 179). Dalam proses komunikasi pemerintah, pemerintah dapat berfungsi sebagai pemberi pesan atau informasi dan masyarakat berfungsi sebagai penerima informasi. Namun dalam kondisi tertentu, masyarakat dapat menjadi komunikator atau pemberi pesan dan pemerintah berfungsi sebagai komunikan yang mencermati apa yang diinginkan masyarakat. Dengan tujuan menciptakan pemerintahan yang baik (good governance) dalam rangka mencapai tujuan pemerintahan negara, komunikasi

pemerintah menganut prinsip kepastian hukum, tertib penyelenggaraan negara, kepentingan umum, proporsionalitas, kebijakan, profesionalitas, akuntabilitas, efisiensi dan efektifitas dalam proses menghimpun dan menggerakkan orang/pihak dan memanfaatkan sumber daya. Menurut Silalahi (2004, 38) pesan yang disampaikan dalam komunikasi pemerintah dapat berupa kebijakan-kebijakan, keputusan-keputusan, prosedur-prosedur ataupun peraturan-peraturan.

Ruben & Stewart (2013: 119) juga mengemukakan bahwa banyak dari kecenderungan penerimaan informasi berkembang sebagai hasil dari pengalaman. Pengalaman atau kebiasaan komunikasi merupakan pengarah atau penuntun yang tidak diragukan lagi pengaruhnya terhadap cara kita memilih, menafsirkan atau mempertahankan pesan kapan saja.

Setiap komunikasi yang telah terjadi menjadi pengalaman bagi individu-individu tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengalaman merupakan suatu hal yang pernah dialami, dijalani, dirasai ataupun ditanggung. Setiap pengalaman yang telah dialami dapat menjadi pengetahuan bagi individu yang mengalaminya termasuk pengalaman komunikasi. Pengalaman komunikasi dapat menjadi dasar bagi individu untuk menjalin komunikasi dengan individu lainnya. Pengalaman komunikasi yang telah terjadi didalam diri individu akan menuntun individu untuk memahami makna dari komunikasi tersebut. Menurut Salim & Salim (1995; 916) makna adalah pengertian dasar yang diberikan atau yang ada dalam suatu hal. Dapat disimpulkan bahwa dalam setiap pengalaman komunikasi yang terjadi terdapat sebuah makna atau pengertian dasar yang bisa diambil.

Proses Komunikasi

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli tentang komunikasi dapat kita simpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Effendy (2007; 31) mengkategorikan proses komunikasi ke dalam dua perspektif yakni psikologis dan mekanistik. Dalam perspektif psikologis, proses komunikasi terjadi dalam diri komunikator dan komunikan.

Komunikator akan memproses isi pesan yang akan ia sampaikan dengan “mengemasnya” ke dalam bahasa komunikasi. Proses ini dinamakan dengan *encoding*. Hasil *encoding* inilah yang kemudian dikirimkan kepada komunikan. Selanjutnya, proses komunikasi terjadi dalam diri komunikan yaitu *decoding* dimana komunikan mencoba menafsirkan dan memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi dapat terjadi jika komunikan mengerti isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik berlangsung ketika komunikator mengirimkan isi pesan kepada komunikan secara lisan ataupun tulisan. Isi pesan dapat ditangkap oleh komunikan dengan menggunakan panca inderanya.

Mulyana (dalam Sulaiman, 2013; 177) membagi komunikasi ini menjadi dua kategori yaitu komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal dapat dipahami sebagai sebuah proses penyampaian pikiran dari komunikator kepada komunikan yang dilakukan berdasarkan struktur organisasi seperti komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal merupakan proses penyampaian pikiran dari komunikator kepada komunikan tidak tergantung pada struktur organisasi. Lebih lanjut DeVito (dalam Sulaiman, 2013; 177) menambahkan bahwa komunikasi informal merupakan sebuah proses komunikasi yang disetujui secara sosial yang orientasinya tidak pada organisasi tetapi lebih kepada individual.

Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi dapat diartikan sebagai simbol-simbol yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya. Secara garis besar, pesan dapat dibagi kedalam dua jenis yakni pesan verbal dan pesan non verbal. Pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih, sedangkan pesan non verbal adalah semua pesan yang disampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata-kata yang kita gunakan. Dalam hal ini, pesan non verbal terkait dengan perilaku kita baik ekspresi wajah, sikap tubuh, nada suara, gerakan tangan, ataupun cara berpakaian (Tubbs dan Moss, 2005: 9).

Penerimaan pesan atau informasi sama pentingnya dengan pengiriman pesan dalam sebuah proses komunikasi. Menurut Ruben & Stewart (2013: 103) proses penerimaan informasi melibatkan dan mengubah pesan ke dalam suatu bentuk yang

dapat digunakan untuk memandu perilaku yang memiliki tiga unsur yaitu seleksi, interpretasi dan retensi informasi. Dalam keadaan tertentu kita selalu memilih sumber-sumber informasi (selektif) untuk kita gunakan dengan mengabaikan yang lainnya, namun kadang kala kita tetap membuat sejumlah keputusan rumit secara tidak disadari. Kita membutuhkan sebuah interpretasi dalam memaknai sebuah pesan, apakah pesan itu akan dianggap penting ataupun sepele, serius ataupun lucu dan sebagainya. Proses interpretasi sangat berkaitan dengan memori yang ada dalam pikiran kita. Kita mendapatkan informasi secara terus menerus dan kadang kala berulang (retensi). Informasi ini dapat kita simpan dan kita dapat aktif menggunakannya secara sekaligus dalam jumlah yang luar biasa besar.

Menurut Ruben & Stewart (2013: 114) ada sejumlah faktor yang memengaruhi seleksi, interpretasi dan retensi ini yaitu:

1. Pengaruh Penerima

- a. **Kebutuhan.** Kebutuhan merupakan salah satu faktor yang paling penting dan cukup berperan dalam proses penerimaan pesan. Adanya kebutuhan, baik kebutuhan fisiologis, biologis maupun informasi akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.
- b. **Sikap, keyakinan dan nilai.** Sikap dan keyakinan akan menuntun seseorang menerima informasi yang ia yakini bagus dan sesuai dengan yang ia inginkan. Nilai sebagai suatu hal yang mengacu pada prinsip-prinsip dasar hidup tentang apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan. Seperti halnya sikap dan keyakinan, nilai juga memegang peranan penting dalam proses penerimaan pesan.
- c. **Tujuan.** Ketika seseorang menentukan tujuan dan memutuskan untuk mengejar tujuannya tersebut, tujuan itu akan menuntun dan memberi kita perhatian langsung kepada berbagai sumber informasi yang diperlukan dengan meninggalkan sumber-sumber informasi di luar yang kita perlukan.
- d. **Kemampuan.** Tingkat kecerdasan seseorang, pengalaman dengan konteks tertentu, dan fasilitas bahasa, adalah tiga hal yang berdampak penting kepada pilihan jenis pesan yang ia perhatikan, cara ia menafsirkan dan mempertahankannya.

- e. Penggunaan. Kita tertarik dan berupaya memahami serta mengingat berbagai pesan yang kita rasa kita butuhkan dan dapat kita gunakan.
 - f. Gaya komunikasi. Berbagai aspek dari gaya antar pribadi kita baik berupa kata, nada, tingkat keterbukaan, salam, pilihan, pakaian dan penampilan juga memiliki dampak pada pesan yang tersedia bagi kita dari orang lain.
 - g. Pengalaman atau Kebiasaan. Pengalaman komunikasi atau kebiasaan komunikasi akan menjadi panduan dan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi kita terhadap cara kita memilih, menafsirkan dan mempertahankan pesan kapan saja.
2. Pengaruh Pesan
- a. Asal. Beberapa pesan yang kita terima berasal dari lingkungan fisik kita sendiri, baik dalam interaksi tatap muka maupun media lainnya.
 - b. Cara. Penerimaan informasi sangatlah beragam tergantung kepada cara yang dipakai: penglihatan, pendengaran, sentuhan, pengecapan atau penciuman.
 - c. Karakteristik fisik. Karakteristik fisik seperti warna, ukuran, kecerahan dan intensitas juga dapat menjadi bagian penting bagi proses pengolahan informasi. Secara umum, simbol, tindakan, benda atau peristiwa besar atau menonjol bersifat lebih menarik dibandingkan yang tidak memiliki karakteristik.
 - d. Organisasi. Pengorganisasian sebuah pesan bagi penerimaan informasi sangatlah penting dan nyata dalam berbagai keadaan dan kondisi.
 - e. Kebaruan. Informasi yang asing, baru atau muncul di luar kebiasaan akan merebut perhatian kita untuk sesaat.
3. Pengaruh Sumber
- a. Jarak fisik. Kita lebih sering memperhatikan informasi dari sumber yang lebih dekat daripada yang jauh sehingga dapat dikatakan bahwa jauh dekatnya sumber informasi akan sangat berpengaruh pada penerimaan pesan.
 - b. Daya tarik fisik dan sosial serta kesamaan. Kesamaan menjadi faktor penting dalam penerimaan komunikasi. Semakin banyak kesamaan yang dimiliki maka akan semakin mudah komunikasi itu terjadi. Tidak hanya kesamaan, daya tarik fisik dan daya tarik sosial seringkali juga ikut mempengaruhi penerimaan

komunikasi. Penampilan fisik yang menarik dan sifat yang ramah menjadi pendorong kita untuk melakukan komunikasi dengan orang tersebut.

- c. Kredibilitas dan Kewibawaan. Kita cenderung untuk memerhatikan dan menyimpan informasi dari sumber-sumber yang kita yakini berpengalaman dan memiliki pengetahuan.
 - d. Motivasi dan Niat. Cara kita merespon suatu sumber pesan juga tergantung pada cara kita menjelaskan tindakannya untuk diri kita sendiri sehingga respon kita bisa menjadi berbeda-beda terhadap sebuah informasi.
 - e. Pengiriman. Cara sumber mengirimkan pesan bisa menjadi berpengaruh dalam penerimaan sebuah pesan seperti nada suara yang tinggi atau rendah, ekspresi wajah, gerak tubuh dan lain sebagainya.
 - f. Status, kekuasaan dan kewenangan. Status, kekuasaan dan kewenangan juga bisa menjadi hal penting dalam menentukan seberapa besar kemungkinan bahwa sumber informasi atau pesan tersebut akan diseleksi dan ditindaklanjuti oleh penerimanya.
4. Pengaruh Teknologi dan Lingkungan
- a. Teknologi. Teknologi atau saluran melalui mana sebuah pesan dikirimkan dapat menjadi faktor signifikan dalam penerimaan informasi, seperti penggunaan media cetak, elektronik ataupun online.
 - b. Lingkungan. Lingkungan memiliki dampak langsung pada bagaimana kita memilih, menafsirkan dan menyimpan informasi. Lingkungan dalam hal ini dapat berupa konteks situasi dimana sebuah pesan dikirimkan, pengulangan dan konsistensi atau kompetisi. Sebuah pesan yang sering diulang akan lebih mudah diingat dan diperhitungkan oleh si penerima pesan.

Saluran Komunikasi

Menurut Suryanto (2015: 185) saluran komunikasi merupakan semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, menyebarkan dan menyampaikan informasi. Berdasarkan jangkauan penyebaran informasi, media komunikasi dapat dibagi kedalam:

1. Media komunikasi eksternal. Media ini merupakan media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak luar. Media komunikasi yang sering digunakan antara lain media cetak dan media elektronik.
 - a. Media cetak, adalah segala jenis media komunikasi yang dilakukan melalui proses pencetakan yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan atau informasi seperti brosur, majalah, surat kabar dan lain sebagainya.
 - b. Media elektronik, merupakan alat-alat elektronik yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi seperti radio, televisi, dan internet.
2. Media komunikasi internal adalah semua media atau sarana yang dipergunakan untuk memberikan atau menerima informasi di kalangan publik internal dan tidak bersifat komersil. Media yang sering digunakan secara internal adalah telepon, surat, papan pengumuman, majalah bulanan atau jurnal, media pertemuan dan seminar.

Feedback Komunikasi

Sebagian pakar komunikasi menganggap *feedback* (umpan balik) sebagai bagian terpenting dari sebuah proses komunikasi. Menurut Fiske (2012: 35) umpan balik (*feedbacks*) merupakan transmisi reaksi balik dari penerima kepada pengirim. Lebih lanjut Fiske menjelaskan bahwa *feedback* memiliki satu fungsi utama, yaitu membantu komunikator untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan respons dari penerima pesan. Selain fungsi utama, *feedback* juga memiliki fungsi tambahan yakni membantu penerima pesan untuk merasa dilibatkan di dalam komunikasi. Jika komunikator menyadari bahwa komunikator memperhitungkan responsnya, ini cenderung membuat komunikator lebih bisa untuk menerima pesan tersebut, begitupun sebaliknya.

Umpan balik dalam teori komunikasi terdiri dari beberapa macam. Salah satu diantaranya adalah umpan balik tertunda (*indirect/ delayed feedback*). Umpan balik tertunda adalah tanggapan dari komunikator kepada komunikator yang bersifat tidak langsung disampaikan pada saat komunikasi berlangsung. Komunikator baru dapat mengetahui respon, tanggapan, komentar, penilaian atau pernyataan komunikator setelah menunggu beberapa saat atau bahkan dalam waktu yang cukup lama.

Hambatan Komunikasi

Dalam proses komunikasi, dapat ditemui hambatan-hambatan yang mengganggu proses penyampaian pesan komunikasi tersebut sehingga komunikator dan komunikan tidak memiliki pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Effendy (2007; 47) menyatakan bahwa komunikasi dapat terhambat karena adanya unsur kepentingan, motivasi dan prasangka. Kepentingan akan membuat seseorang lebih selektif dalam menanggapi dan menghayati suatu pesan.

Seseorang akan lebih cepat menanggapi sebuah pesan jika pesan yang disampaikan berhubungan langsung dengan kepentingannya. Kepentingan, kekurangan dan keinginan juga menjadi motivasi yang mendorong seseorang untuk menerima sebuah pesan komunikasi. Semakin sesuai pesan yang disampaikan komunikator dengan motivasi komunikan maka akan semakin besar kemungkinan pesan tersebut dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Prasangka juga dapat dikatakan sebagai salah satu hambatan dalam berkomunikasi. Hal ini dikarenakan, ketika orang mempunyai prasangka, ia cenderung akan bersikap curiga, bertahan bahkan menentang komunikator yang hendak menyampaikan pesan.

Smart City

Konsep *smart city* pertama kali dikemukakan oleh IBM dan Cisco, perusahaan multinasional AS dalam usaha mengoordinasikan pemasaran produk dan layanan mereka. Mereka datang dengan visi kota yang sempurna, yang menampilkan otomatisasi tingkat tinggi dan kecerdasan, berkat penggunaan alat teknologi komunikasi dan informasi (TIK) yang luas (Harrison dalam Merli dan Bonollo, 2014: 140). Dalam perkembangannya, konsep *smart city* ini tidak hanya diadopsi oleh bisnis saja akan tetapi kota-kota di dunia juga mengadopsi konsep ini. Baccarne et al (2014: 159) mengemukakan bahwa konsep *smart city*, sering dijadikan konsep pemasaran oleh kota dan bisnis, untuk membayangkan kota 'masa depan', menekankan pentingnya pertumbuhan teknologi digital di kota untuk membuatnya menjadi lebih hijau, lebih mudah diakses dan lebih layak huni.

Smart city merupakan campuran antara proyek pintar dan digital serta berbagai kegiatan berbasis non teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup di ruang kota (Dameri, 2014: 70). Nijkamp (dalam Esabella, 2016: 3) juga menambahkan bahwa *smart city* adalah kota yang mampu menggunakan sumber daya manusia, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat.

Komninios (dalam Dameri, 2014: 49) menyatakan *smart city* sebagai kota yang memiliki beberapa kompetensi, mampu menghasilkan pengetahuan dan menerjemahkannya ke dalam kemampuan yang unik dan berbeda; ia juga bisa menghasilkan sinergi dari pengetahuan dan kompetensi yang digabungkan dengan cara yang asli, sulit ditiru; kota ini cerdas karena mampu menciptakan modal intelektual untuk memajukan pengembangan dan kesejahteraan. Supangkat (2015: 3) mengemukakan bahwa sebuah kota yang menggunakan perencanaan dan konsep *smart city* harus menyadari bahwa *smart city* merupakan sebuah *holistic system* yang berkaitan erat dengan penggunaan sebuah sistem baru dan teknologi yang dapat menciptakan pengalaman baru bagi penggunanya dan dapat merubah perilaku penggunanya menjadi lebih positif.

Giffinger dkk (2007: 11-12) mengungkapkan bahwa *smart city* adalah kota yang berkinerja baik dengan cara pandang ke depan dalam enam karakteristik yakni pemerintahan, perekonomian, sumber daya manusia, mobilitas, lingkungan, dan kehidupan masyarakat, yang dibangun di atas kombinasi “pintar” dari sumbangan dan kegiatan warga yang dapat menentukan dirinya sendiri, mandiri dan sadar. Ekonomi cerdas (*smart economy*) mencakup faktor-faktor di sekitar daya saing ekonomi seperti inovasi, kewirausahaan, merek dagang, produktivitas dan fleksibilitas pasar tenaga kerja serta integrasi dalam (antar) pasar nasional. Masyarakat cerdas (*smart people*) mencakup tingkat kualifikasi atau pendidikan warga negara serta kualitas interaksi sosial terkait integrasi dan kehidupan publik serta keterbukaan terhadap dunia "luar".

Tata kelola pemerintahan yang cerdas (*smart government*) terdiri dari aspek partisipasi politik, layanan untuk warga negara serta fungsi administrasi. Aksesibilitas lokal dan internasional, ketersediaan teknologi informasi dan komunikasi serta sistem

transportasi modern dan berkelanjutan adalah aspek penting dari mobilitas cerdas (*smart mobility*). Lingkungan cerdas (*smart environment*) dijelaskan oleh kondisi alam yang menarik (iklim, ruang hijau, dan sebagainya), polusi, pengelolaan sumber daya dan juga oleh upaya perlindungan lingkungan. Akhirnya, kehidupan cerdas (*smart living*) terdiri dari berbagai aspek kualitas hidup seperti budaya, kesehatan, keselamatan, perumahan, pariwisata dan lain-lain. Konsep *smart city* dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan di berbagai negara yang telah menerapkannya. Hal ini disesuaikan dengan keadaan daerah tersebut.

<p style="text-align: center;">Ekonomi Cerdas (Daya Saing)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semangat berinovasi • Kewirausahaan • Citra ekonomi & merek dagang • Produktivitas • Fleksibilitas pasar tenaga kerja • Kedekatan internasional • Kemampuan untuk berubah 	<p style="text-align: center;">Masyarakat Cerdas (Modal Sosial dan Manusia)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kualifikasi • Afinitas dengan pembelajaran seumur hidup • Pluralisme sosial dan etnis • Fleksibilitas • Kreativitas • Kosmopolitanisme/Pikiran Terbuka • Partisipasi dalam kehidupan publik
<p style="text-align: center;">Tata Kelola Cerdas (Partisipasi)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partisipasi dalam pengambilan keputusan • Layanan publik dan sosial • Pemerintahan yang transparan • Strategi & perspektif politik 	<p style="text-align: center;">Mobilitas Pintar (Transportasi dan TIK)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas lokal • Aksesibilitas internasional (antar-) • Ketersediaan infrastruktur TIK • Sistem transportasi yang berkelanjutan, inovatif dan aman
<p style="text-align: center;">Lingkungan Cerdas (Sumber Daya Alam)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik kondisi alam • Polusi • Perlindungan lingkungan • Manajemen sumber daya berkelanjutan 	<p style="text-align: center;">Kehidupan Cerdas (Kualitas Kehidupan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas budaya • Kondisi kesehatan • Keamanan individu • Kualitas perumahan • Fasilitas pendidikan • Daya tarik wisata • Kohesi sosial

Gambar 2.1 Karakteristik dan Faktor Pembentuk *Smart City*
Sumber : Giffinger (2007)

City Branding

Kotler dan Keller (dalam Lestari, 2016: 70) menyatakan bahwa salah satu entitas yang penting untuk dipasarkan adalah tempat yang meliputi kota, negara, kawasan dan seluruh bangsa yang bersaing secara aktif untuk menarik wisatawan, bisnis dan pemukim baru. Salah satu upaya memasarkan potensi sebuah tempat kepada masyarakat luas adalah dengan strategi membangun merek kota tersebut (*city branding*).

Lebih jauh Dinnie (2011: 3) menegaskan bahwa ketertarikan pada *city branding* dapat dilihat sebagai bagian dari pengakuan yang lebih luas bahwa tempat-tempat dari semua jenis bisa mendapat manfaat dari penerapan strategi yang koheren berkaitan dengan pengelolaan sumber daya, reputasi, dan citra mereka. Tantangan utama untuk merek kota berkisar pada masalah bagaimana mengembangkan suatu pondasi merek yang kuat yang koheren di berbagai bidang kegiatan yang berbeda dengan khalayak sasaran yang berbeda pula, sementara pada saat yang sama memungkinkan komunikasi merek di sektor khusus juga dibuat. Insch (2011: 12) mengungkapkan bahwa efektivitas *city branding* tergantung pada dukungan dan komitmen dari semua *stakeholder*. Pada saat yang sama, *city branding* juga harus menarik penduduk potensial yang mengidentifikasi dirinya dengan kota tersebut.

Czarniawska (dalam Pasquinelli, 2015: 65) mengemukakan bahwa dalam melakukan *city branding* terdapat suatu proses *mimetic (mimetic representation)* yakni meniru atau mereproduksi ide global pada skala lokal sebagai suatu yang berguna dan menguntungkan. Dalam hal ini dapat kita contohkan dengan penggunaan konsep *smart city* sebagai sebuah *city branding* untuk beberapa kota di dunia. Menurut Insch (2011: 13), dalam melakukan proses strategi *city branding* ada empat langkah yang harus dilakukan yaitu: *identity*, *nominated outcomes*, *communication* dan *coherence*. *Identity* mengacu pada proses mengidentifikasi aset, kepribadian, atribut dan aspek lainnya dari sebuah kota. *Nominated outcomes* merupakan proses menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan adanya *city branding* tersebut. *Communication* adalah proses komunikasi *branding* tersebut dengan audiens melalui cara yang kreatif dan mengundang partisipasi audiens untuk membangun *city branding* tersebut. *Coherence* diartikan sebagai proses implementasi yang memastikan apapun bentuk program dan aksi untuk menghasilkan konsistensi dan keseragaman dalam komunikasi.

Smart People

Smart people atau masyarakat cerdas merupakan salah satu dimensi dalam mewujudkan *smart city*. Sebagai penggerak dari sebuah konsep atau program agar konsep atau program dapat terlaksana dengan baik, masyarakat harus benar-benar memahami konsep atau program tersebut terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar ketika

mereka menyampaikan sesuatu hal terkait konsep atau program tersebut kepada masyarakat di luar lingkungan sosial mereka, mereka akan lebih mudah.

Giffinger dkk (2007: 11) mengemukakan bahwa masyarakat cerdas memiliki ciri sebagai berikut tingkat kualifikasi (pendidikan) menengah ke atas, afinitas dengan pembelajaran seumur hidup, adanya pluralisme sosial dan etnis, saling menghargai dan saling menghormati segala perbedaan yang ada, fleksibel yakni kemampuan untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan zaman, kreatif dengan mengembangkan ide-ide baru atau cara-cara baru, kosmopolitan atau berpikiran terbuka serta ikut berpartisipasi dalam kehidupan publik.

Tinjauan Teoritis

Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Alfred Schutz dikenal sebagai ahli teori fenomenologi yang paling menonjol saat ini karena ia mampu membuat ide-ide Husserl yang masih dirasakan sangat abstrak menjadi lebih mudah dipahami (Kuswarno, 2009: 17). Teori fenomenologi merupakan sebuah teori tentang bagaimana ego menafsirkan pengalamannya. Tindakan sosial yang dilakukan individu didasarkan pada pengalaman, makna dan kesadaran yang menuntun pada sebuah realitas dunia yang interpretif. Menurut Mulyana (dalam Kuswarno, 2009: 110) realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. Ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau yang diperbuat individu, dia akan memahami makna dari tindakan tersebut.

Schutz juga mengemukakan bahwa tindakan sosial adalah perilaku yang membentuk makna subjektif yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Lebih lanjut Schutz menyebut makna subjektif sebagai intersubjektif karena makna yang terbentuk dalam dunia sosial oleh para aktor atau individu berupa sebuah kesamaan atau kebersamaan (*common and shared*) di antara para individu tersebut (Kuswarno, 2009: 110). Kesamaan dan kebersamaan diantara individu-individu tersebut didapatkan melalui interaksi yang terjadi diantara mereka. Setiap individu memiliki motif tertentu dalam setiap tindakan yang ia lakukan. Menurut Woodworth (dalam Utamidewi, 2017:

74) motif dapat diartikan sebagai sebuah dorongan yang dapat atau dengan mudah menyebabkan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu atau berbuat sesuatu guna mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Schutz membagi keseluruhan tindakan individu kedalam dua motif tindakan yaitu motif tujuan (*in-order-to motive*) dan motif karena (*because motive*). Menurut Schutz (1972: 88) *In-order-to motive* merujuk pada sesuatu yang akan selesai di masa depan sedangkan *because motive* mengacu pada sesuatu yang telah terjadi di masa lampau. *In-order-to motive* dan *because motive* memiliki hubungan yang erat dan saling berkaitan. Sesuatu hal dilakukan karena adanya pengalaman di masa lampau yang menjadi alasan suatu hal dilakukan dan adanya tujuan yang ingin dicapai di masa yang akan datang.

Teori Konstruksi Realitas Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman

Teori Konstruksi Realitas Sosial (Social Construction of Reality) pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman pada tahun 1966 dengan menggambarkan bahwa proses sosial terjadi melalui tindakan dan interaksi. Ini dimaksudkan bahwa individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Berger dan Luckmann (dalam Bungin, 2008: 14-15) memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan” dalam menjelaskan realitas sosial. Kenyataan dimaknai sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan diartikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Berger dan Luckman juga mengungkapkan bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Interaksi sosial yang terjadi pada manusia merupakan hasil perpaduan antara tindakan dan komunikasi.

Pada kenyataannya masyarakat dan institusi dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi, meskipun masyarakat dan institusi secara objektif terlihat nyata. Bagaimanapun juga objektivitas baru bisa terbentuk melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada

tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, mengatur dan memberi legitimasi bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Dalam proses individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu (proses dialektika) dapat terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Menurut Frans M. Parera (dalam Bungin, 2008: 15), eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dalam proses penyesuaian diri tersebut, individu atau masyarakat menggunakan sarana berupa bahasa maupun tindakan. Individu dan masyarakat tersebut menggunakan bahasa untuk melakukan penyesuaian diri atau adaptasi dengan dunia sosiokulturalnya dan kemudian tindakannya juga disesuaikan dengan dunia sosiokulturalnya. Pada tahap ini, akan dijumpai individu yang mampu beradaptasi dan individu yang tidak mampu beradaptasi. Penerimaan dan penolakan dalam tahap adaptasi tersebut tergantung dari apakah individu tersebut mampu atau tidak beradaptasi dengan dunia sosio-kulturalnya tersebut.

Kedua, objektivasi, yaitu terjadinya suatu interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dalam objektivasi, realitas sosial tersebut seakan-akan berada di luar diri manusia. Dalam hal ini, realitas sosial menjadi realitas objektif, sehingga akan muncul dua realitas yang berbeda yakni realitas dalam diri yang subjektif dan realitas yang berada di luar diri yang objektif. Dua realitas tersebut kemudian membentuk jaringan intersubjektif melalui proses pelebagaan atau institusional dalam upaya untuk membangun kesadaran menjadi tindakan. Pada proses pelebagaan tersebut, nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam melakukan interpretasi terhadap tindakan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan sehingga apa yang disadari adalah apa yang dilakukan.

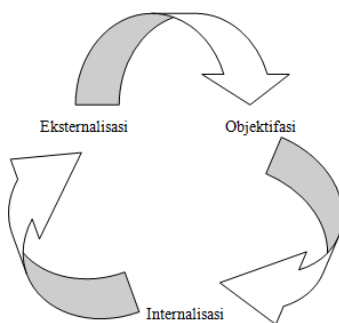
Ketiga, internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Internalisasi dapat dimaknai sebagai momen penarikan realitas sosial ke dalam diri atau realitas sosial menjadi realitas subjektif. Realitas sosial itu berada di dalam diri manusia dan dengan cara itu maka diri manusia akan teridentifikasi di dalam

dunia sosiokultural. Melalui tahap internalisasi, individu akan menyerap nilai-nilai yang ada di masyarakat yang nantinya akan diserap ke dalam diri individu tersebut.

Proses eksternalisasi ini dapat dilihat pada hubungan antara satu individu dengan individu lainnya. Pada awal perkenalan, hubungan mereka masih dalam taraf perkenalan biasa seperti orang lain pada umumnya tidak ada suatu pola hubungan yang khas yang terjalin antara keduanya. Kedua individu memiliki hasrat, keinginan, maksud dan tujuan dalam hubungan tersebut. Semua motif yang dimiliki oleh kedua individu tersebut dapat berupa sesuatu yang bersifat internal (pribadi) tetapi bisa juga eksternal (sesuatu yang dipandang sebagai tatakrama, adat atau budaya pada umumnya). Kedua individu saling menampakkan, mengeluarkan dan menyampaikan semua keinginan, hasrat, maksud dan tujuan dalam hubungan mereka tersebut. Proses inilah yang dikenal dengan eksternalisasi (Damsar, 2015: 193).

Eksternalisasi keinginan, hasrat, maksud dan tujuan tersebut berkembang seiring dengan berjalannya waktu dan pada suatu titik waktu, motif tersebut mengkristal menjadi keinginan, hasrat, maksud dan tujuan milik bersama. Sesuatu yang menjadi milik bersama dalam hubungan tersebut selanjutnya menjadi sesuatu yang bersifat di luar diri mereka (eksternal) dan bersifat memaksa. Individu-individu yang membentuk realitas kebersamaan tersebut taat dan patuh pada pola kebersamaan yang dibentuknya. Proses ini dikatakan sebagai proses objektifikasi.

Realitas kebersamaan yang dibentuk oleh kedua individu tersebut tidak nampak sebagai sesuatu yang eksternal dan memaksa karena seiring dengan berjalannya waktu, realitas tersebut diinternalisasikan dalam kehidupan mereka berdua. Ketiga proses ini berlangsung secara dialektika dan bersifat sirkular.



Gambar 2.2 Proses Dialektika Konstruksi Realitas Sosial
Sumber: Damsar, 2015

Berger dan Luckmann (dalam Kuswarno, 2009: 112) menyebutkan bahwa setiap individu dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif atau berulang yang kemudian mereka sebut dengan kebiasaan (habit). Kebiasaan yang dimiliki memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini berguna juga untuk orang lain. Perilaku yang terbiasa ini kemudian menjadi suatu tipifikasi (kekhasan).

Adanya kekhasan (tipifikasi) timbal balik dari kebiasaan para individu tersebut akan memunculkan sebuah institusionalisasi. Tipifikasi tindakan yang berupa kebiasaan tersebut dibagikan dan tersedia untuk semua anggota kelompok sosial yang bersangkutan dan lembaga (institusi) itu sendiri yang mencirikan aktor individu serta tindakan individu tersebut. Lembaga menyatakan bahwa tindakan tipe X akan dilakukan oleh aktor atau individu tipe X (Berger & Luckman, 1991: 72)

Dalam kajian tentang *smart city* perlu untuk diketahui bagaimana masyarakat atau individu-individu memahami konsep *smart city* tersebut dan bagaimana mereka mengembangkan dan mewujudkan Pariaman *Smart City* tersebut dengan seperangkat nilai, norma dan aturan yang mereka pahami bersama dalam sebuah lembaga.

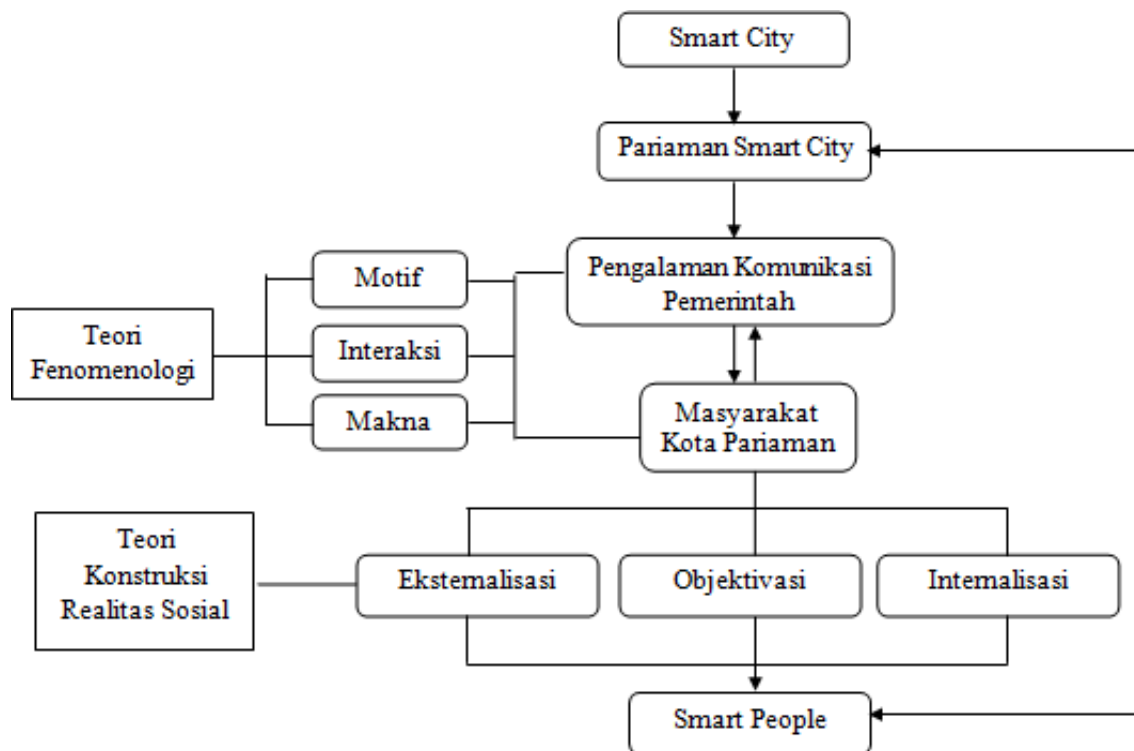
Kerangka Pemikiran

Agar alur penelitian yang dilaksanakan lebih jelas, maka peneliti merasa perlu untuk menyusun kerangka berpikir mengenai konsepsi tahapan penelitian secara teoritis yang dibuka dengan menggunakan skema yang sederhana. Penelitian ini difokuskan pada pengalaman komunikasi pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman dalam mendukung *branding Pariaman Smart City*.

Smart city merupakan sebuah konsep pengembangan sebuah kota dari berbagai dimensi atau komponen dengan menggunakan teknologi jaringan internet sebagai penunjang. Berdasarkan pengalaman masyarakat dan pemerintah daerah atau kota yang menggunakan konsep *smart city* dalam kehidupan mereka, mereka telah menggunakan teknologi dengan cerdas dan mendapatkan manfaat dari penggunaan teknologi tersebut. Hal ini pulalah yang ingin diterapkan oleh Pemerintah Kota Pariaman. Pemerintah Kota Pariaman telah menyediakan infrastruktur penunjang seperti jaringan internet dan

aplikasi-aplikasi yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat maupun pemerintah untuk mewujudkannya. Selain itu, Pemerintah Kota Pariaman telah melakukan seminar ataupun pertemuan yang membicarakan tentang *smart city* ini.

Pemerintah Kota Pariaman berupaya menyampaikan konsep *smart city* kepada masyarakatnya melalui *branding* Pariaman *Smart City*. Dengan adanya *brand* Pariaman *Smart City* ini, diharapkan masyarakat Kota Pariaman dapat menjadi masyarakat yang cerdas dalam menggunakan teknologi dan mendapatkan manfaat untuk kesejahteraan hidup mereka baik dari segi ekonomi, sosial, budaya maupun lingkungan. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman untuk memperkenalkan konsep *smart city* kepada masyarakat. Inilah yang menjadi dasar bagi peneliti untuk mencari tahu sejauh mana pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman memaknai konsep *smart city*, motif yang melatarbelakanginya, interaksi yang terjadi diantara mereka dan penerapannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Konsep pemikiran ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2015: 59) sebuah penelitian kualitatif dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka penafsiran/ teoritis yang membentuk atau memengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait makna yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia. Denzim dan Lincoln (dalam Creswell: 2015, 58) mengemukakan bahwa sebuah penelitian kualitatif melibatkan suatu pendekatan penafsiran yang naturalistik atau alamiah terhadap dunia.

Menurut Bogdan dan Biklen (2007: 4-7), sebuah penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik, yakni: naturalistik dimana peneliti menghabiskan banyak waktunya di tempat-tempat dimana peristiwa yang diminati secara alami terjadi, deskriptif, lebih mementingkan proses, induktif, dan tertarik pada makna. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pemerintah dan masyarakat memahami tentang makna Pariaman *Smart City*.

Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan seperangkat keyakinan dasar yang memandu tindakan (Denzim & Lincoln: 2005, 183). Menurut Lincoln dan Guba (dalam Denzim & Lincoln: 2005, 184), konstruktivisme berorientasi pada produksi pemahaman dunia sosial yang direkonstruksi serta menghargai pengetahuan transaksional. Konstruktivisme dan interpretivisme muncul sebagai sebuah kritikan terhadap saintisme dan positivisme dalam ilmu sosial. Para konstruktivis dan interpretivis menolak penggunaan interpretasi naturalistik dalam ilmu sosial yakni pandangan bahwa tujuan dan metode dalam ilmu sosial identik dengan tujuan dan metode dalam ilmu alam. Mereka menegaskan bahwa ilmu alam ditujukan untuk memberikan penjelasan ilmiah, sedangkan ilmu sosial dan budaya ditujukan untuk memahami dan mengetahui “makna” fenomena sosial (Denzin & Lincoln, 2009: 148).

Konstruktivisme memandang para pelaku sosial sebagai suatu yang otonom, intensional, aktif, digerakkan oleh tujuan, mereka menafsirkan, mengkonstruksi dan menginterpretasi perilaku mereka sendiri dan perilaku para pelaku sosial lainnya. Kalangan konstruktivis dan interpretivis secara umum memfokuskan diri pada proses-proses yang menciptakan, menegosiasikan, mempertahankan dan memodifikasi makna-makna tersebut dalam sebuah konteks spesifik tindakan manusia (Denzin & Lincoln, 2009: 149).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan fenomenologis yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Fenomenologi pada awalnya adalah gerakan filsafat yang dipelopori oleh Edmund Husserl (1859-1938) yang kemudian menjadi salah satu arus pemikiran yang paling berpengaruh pada abad ke-20 (Adian, 2010: 4). Husserl, sebagai peletak dasar fenomenologi, mengemukakan bahwa fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan atau fenomena. Ilmu tentang penampakan diartikan sebagai ilmu tentang apa yang menampakkan diri ke pengalaman subjek. Tidak ada penampakan (fenomena) yang tidak dialami. Husserl juga mengungkapkan bahwa hanya dengan berkonsentrasi pada apa yang tampak dalam pengalaman, maka esensi dapat terumuskan dengan jernih (Adian, 2010: 5).

Pengaruh fenomenologi sangat luas yakni hampir semua disiplin keilmuan mendapatkan inspirasi dari fenomenologi seperti psikologi, sosiologi, antropologi, sampai arsitektur. Semuanya memperoleh nafas baru dengan munculnya fenomenologi ini. Dalam ilmu sosial, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian meskipun pelopor fenomenologi adalah Husserl. Schutz membuat fenomenologi lebih mudah untuk dipahami dan membuatnya berbeda dari para pendahulunya yang berorientasi positivistik (Kuswarno, 2009:38). Schutz sendiri banyak belajar dengan Husserl melalui diskusi-diskusi yang mereka lakukan.

Schutz (dalam Kuswarno, 2009: 38) mengawali pemikirannya dengan mengatakan bahwa objek penelitian sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Realitas dapat terjadi melalui tindakan yang menuntun pada munculnya sebuah pengalaman dalam diri individu-individu yang mengalaminya. Pengalaman ini akan memiliki sebuah makna jika dihubungkan dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya serta melalui proses interaksi dengan orang lain. Oleh karena

itu, makna ada yang bersifat individual dan adapula makna kolektif tentang sebuah fenomena (Hasbiansyah, 2008: 165).

Schutz (1972: 76-77) mengemukakan dalam bukunya *The Phenomenology of The Social World* bahwa seseorang dapat mendefinisikan konteks pengalaman sebagai isi dari totalitas konfigurasi makna yang disatukan dalam suatu waktu atau sebagai konteks makna untuk tatanan yang lebih tinggi. Isi total dari semua pengalaman individu atau semua persepsi individu tentang dunia dalam arti luas, kemudian disatukan dan dikoordinasikan dalam konteks total pengalamannya. Konteks total ini tumbuh lebih besar dengan setiap pengalaman hidup baru. Dengan demikian, setiap saat ada inti pengalaman yang terus bertambah. Inti yang berkembang ini terdiri dari objek pengalaman nyata dan ideal.

Seorang peneliti fenomenologi dapat menghabiskan waktu sehari-hari bahkan berbulan-bulan dengan seorang informan. Dalam hal ini, peneliti dapat melakukan wawancara mendalam dengan informan dengan mengajukan pertanyaan terbuka dalam usaha mengumpulkan data yang menuntun peneliti pada deskripsi tekstual dan struktural tentang pengalaman. Menurut Creswell (2015,111), tipe permasalahan yang cocok untuk riset fenomenologi adalah suatu permasalahan dengan tujuan untuk memahami pengalaman yang sama atau bersama dari beberapa individu pada fenomena tersebut.

Memahami pengalaman yang sama dari beberapa individu dapat dilakukan dalam rangka mengembangkan praktik atau kebijakan atau untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang ciri-ciri dari fenomena tersebut. Dalam penelitian ini, paradigma konstruktif dengan pendekatan fenomenologi digunakan untuk melihat bagaimana proses pemerintah dan masyarakat memberikan makna terhadap sebuah *brand* yakni "*Pariaman Smart City*" yang akhirnya menghasilkan suatu kebenaran, panduan berperilaku, dan realita yang dikonstruksikan oleh masyarakat itu sendiri.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lofland dan Lofland (dalam Moleong: 2007, 157) dalam penelitian kualitatif, sumber data dibagi atas sumber data utama dan sumber data tambahan.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai secara mendalam dan langsung. Sumber data tambahan dalam penelitian kualitatif berupa buku, majalah ilmiah, arsip, dokumen resmi ataupun dokumen pribadi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen *masterplan* penyelenggaraan e-government Kota Pariaman tahun 2019-2023 dan Renstra Dinas Kominfo 2018-2023.

Observasi

Dalam sebuah penelitian kualitatif, observasi atau pengamatan sangatlah diperlukan. Adapun teknik pengamatan ini didasarkan atas pengamatan peneliti di lapangan secara langsung. Guba dan Lincoln (dalam Moleong; 2007, 174) mengungkapkan bahwa dengan menggunakan teknik pengamatan secara langsung memungkinkan peneliti untuk melihat, mengamati dan mencatat perilaku serta kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Pengamatan juga memungkinkan peneliti untuk mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proposisional maupun pengetahuan langsung yang diperoleh dari data. Melalui pengamatan, peneliti dapat mengecek kepercayaan data tersebut jika ada data yang dirasa keliru atau bias. Selain itu, teknik pengamatan memungkinkan peneliti untuk mampu memahami situasi-situasi yang rumit dan untuk perilaku yang kompleks, serta dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat terhadap kasus-kasus tertentu dimana penggunaan teknik komunikasi lainnya tidak memungkinkan.

Dalam tahap pelaksanaan observasi ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap kegiatan sosialisasi Pemerintah Kota Pariaman dalam menyampaikan *branding smart city*, mengamati perilaku masyarakat yang menerapkan konsep *smart city* dalam kehidupan mereka. Selain itu, peneliti juga mengamati kegiatan-kegiatan lainnya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman dalam menyampaikan konsep *smart city* kepada masyarakat.

Wawancara Mendalam

Wawancara dapat diartikan sebagai sebuah percakapan antara pewawancara dan terwawancara dengan maksud tertentu (Moleong; 2007, 186). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam yang terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam

wawancara terstruktur, peneliti telah membuat rancangan wawancara dengan informan sesuai dengan pedoman wawancara (terlampir). Sedangkan dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti melakukan wawancara sesuai dengan pengetahuan yang peneliti miliki. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan motivasi, maksud atau penjelasan dari informan.

Proses wawancara dengan informan tidak selalu berjalan mulus. Beberapa orang informan yang sebelumnya ingin peneliti wawancarai karena sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan menolak untuk diwawancarai. Peneliti melakukan berbagai upaya agar informan mau diwawancarai seperti menghubungi informan melalui telepon, media sosial ataupun jaringan pribadi mereka seperti whats app. Oleh karena tidak juga ada respon, peneliti mencoba mencari teman yang memiliki kedekatan dan akses kuat kepada informan namun usaha ini belum juga berhasil. Setelah dua (2) bulan terus mencoba dan tidak juga berhasil, peneliti memutuskan untuk mencari informan lain yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini.

Mencari informan pengganti yang sesuai dengan kriteria penelitian tidaklah mudah. Hal ini dikarenakan dalam sebuah penelitian fenomenologi, peneliti harus menjalin kedekatan terlebih dahulu dengan informan. Peneliti meminta saran kepada teman-teman peneliti tentang orang yang bisa dijadikan informan dalam penelitian ini. Peneliti mendapatkan saran dari teman-teman tentang beberapa orang yang bisa diwawancarai. Peneliti meneliti terlebih dahulu apakah informan yang direkomendasikan tersebut sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Dari tiga (3) orang informan yang direkomendasikan, hanya satu (1) orang yang sesuai dengan kriteria.

Peneliti mencoba menjalin kedekatan dengan informan baru tersebut dengan mengunjungi beliau di warung dimana ia sering duduk sebelum melakukan aktifitas rutinnya sebagai ketua kelompok tani. Pada awalnya peneliti hanya bertanya tentang hal-hal sederhana seputar kegiatan beliau sebagai ketua kelompok tani. Beliau kelihatan senang menceritakan tentang aktifitasnya ini. Setelah merasa dekat dan informan nyaman dengan pembicaraan yang berlangsung, peneliti mulai menanyakan beberapa pertanyaan terkait penelitian yang sedang dilakukan.

Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memiliki banyak pengalaman tentang latar penelitian karena ia dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong: 2007, 132). Seorang peneliti kualitatif dapat menghabiskan waktu cukup lama dengan informan dengan mengajukan pertanyaan terbuka atau fleksibel. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan yang diwawancarai. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, informan ditentukan kriterianya yang berkaitan dengan topik penelitian.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 20-55 tahun,
2. Memiliki ponsel android, komputer atau laptop yang terhubung dengan internet,
3. Memiliki latar belakang pendidikan minimal lulusan SMA sederajat,
4. ASN Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman Bidang Penyelenggaraan E-Government yang telah bekerja selama lebih dari 2 tahun
5. ASN Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman telah ikut serta menyampaikan konsep *smart city* kepada masyarakat Kota Pariaman,
6. Masyarakat yang mengetahui tentang konsep *smart city*.

Adapun informan yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian

No.	Nama	Pekerjaan
1.	YS	PNS
2.	SA	PNS
3.	IR	PNS
4.	DH	PNS
5.	YAP	Pengusaha Kuliner Kekinian
6.	OLP	Pemilik Media Online Pariaman Today
7.	FCP	Pemuda/ Bendahara KNPI Kota Pariaman
8.	BS	Seniman
9.	R	Ketua Gapoktan

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Teknik Analisis Data

Sebuah penelitian fenomenologis memiliki sedikit perbedaan dengan jenis penelitian kualitatif lainnya. Penelitian fenomenologis memiliki metode-metode analisis yang terstruktur dan spesifik yang dikembangkan oleh beberapa ahli. Menurut Merleau-Ponty (dalam Creswell, 2015: 462) dalam sebuah riset fenomenologi, peneliti mengesampingkan pengalaman masa lalu dan pengetahuan yang dimiliki. Hal ini dilakukan untuk memahami sebuah fenomena pada level yang lebih dalam serta mendapatkan data yang kaya dan deskriptif. Proses ini juga dikenal dengan proses pengurangan atau *bracketting*.

Husserl (dalam Siswanto, 1997: 42) mengemukakan bahwa dalam sebuah penelitian fenomenologi perlu dilakukan suatu penyaringan atau reduksi untuk mencapai hakikat murni. Husserl membagi reduksi ke dalam tiga jenis yaitu: reduksi fenomenologis (*epoche*), reduksi eidetis, dan reduksi transendental (Adian, 2010: 29). Pertama, reduksi fenomenologis (*epoche*), yaitu menyaring pengalaman sehingga orang sampai pada fenomena semurni-murninya. Pada tahap ini, peneliti menelaah pengalaman informan dalam berinteraksi dengan pemerintah atau masyarakat lainnya. Dari pengalaman komunikasi mereka ini, peneliti akan mengetahui tentang kendala yang pernah dihadapi dalam penyampaian konsep *smart city* dan upaya yang telah dilakukan informan dalam mengatasi kendala tersebut. Selain itu, peneliti juga menelaah pengalaman informan dalam menggunakan internet sebagai salah satu pendukung terwujudnya Pariaman *Smart City*.

Kedua, reduksi *eidetis* adalah menghilangkan semua perbedaan-perbedaan dari sejumlah item yang ada dalam khayalan sehingga tinggal suatu 'esensi' atau inti saja. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan data yang didapatkan dari pengalaman informan dalam menggunakan internet dan pengalaman komunikasi diantara mereka tentang *smart city* sehingga didapatkan sebuah esensi dari *branding Smart City* tersebut. Melalui komunikasi yang dilakukan, peneliti dapat menangkap makna yang dipahami masing-masing informan tentang konsep *smart city* tersebut.

Ketiga, reduksi *transendental*. Menurut Bakker (dalam Siswanto, 1997: 42) reduksi ini merupakan pengarahan ke subjek, dan mengenai terjadinya penampakan

sendiri, dan mengenal akar-akarnya dalam kesadaran. Reduksi transendental ini bukan lagi mengenai objek atau fenomena, dan bukan pula mengenai hal-hal sejauh menampakkan diri kepada kesadaran. Pada tahap ini, peneliti memutuskan makna *smart city* tersebut bagi pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman berdasarkan hasil wawancara. Dengan kata lain, peneliti menafsirkan tentang makna atau apa yang pemerintah dan masyarakat pikirkan tentang *branding* Pariaman *Smart City* tersebut berdasarkan pengalaman mereka dalam menerapkan nilai-nilai *smart city*. Peneliti mencari tahu alasan yang mendorong mereka untuk mengkomunikasikan dan mendukung konsep *smart city* tersebut melalui pengalaman komunikasi dan pemaknaan yang mereka miliki tentang konsep *smart city*.

Validasi Data

Untuk menetapkan keabsahan data dalam sebuah penelitian diperlukan teknik pemeriksaan data. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam melakukan validasi data penelitian kualitatif. Salah satunya adalah mengklarifikasi bias peneliti atau refleksivitas (*reflexivity*). Dalam hal ini, peneliti mengemukakan prasangka, bias, orientasi dan pengalaman masa lalunya yang mungkin memengaruhi penafsirannya. Merriam (dalam Creswell, 2015: 350) menyatakan bahwa refleksifitas ini perlu dilakukan agar pembaca bisa memahami posisi peneliti dan setiap bias atau asumsi yang memengaruhi penelitian tersebut. Dalam mengklarifikasi bias peneliti, peneliti mengutarakan pengalaman masa lalu, bias, prasangka dan orientasi yang mungkin dapat memengaruhi penfasiran dan pendekatan studinya. Klarifikasi bias peneliti ini dapat ditulis ke dalam proyek kualitatif di tempat yang berbeda dalam laporan akhirnya seperti pada bagian metode, sketsa, menyebar atau di bagian akhir (Creswell, 2015:417).

Peneliti telah bekerja pada bagian Humas dan Dinas Kominfo selama lebih kurang 10 tahun. Peneliti juga telah mengetahui tentang konsep *smart city* yang peneliti jadikan sebagai bahan penelitian. Peneliti telah banyak membaca dan berdiskusi dengan teman dan atasan di Dinas Kominfo tentang konsep *smart city* ini. Meskipun begitu, peneliti tidak pernah terjun langsung dalam mengkomunikasikan tentang konsep *smart city* ini kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan tugas peneliti selama bekerja di Dinas

Kominfo adalah sebagai seorang staf perencanaan program dan kegiatan di bawah kepala sub bagian umum dan program. Sebagai seorang staf perencanaan program dan kegiatan harus mengetahui tentang bentuk kegiatan dan tujuan yang ingin dicapai untuk dijadikan sebagai sebuah program kerja pada Dinas Kominfo. Dalam penelitian ini peneliti tidak memasukkan pengalaman komunikasi peneliti dan pemaknaan peneliti tentang konsep *smart city*. Peneliti hanya fokus pada pengalaman komunikasi informan dan makna yang mereka miliki tentang konsep *smart city* berdasarkan pengalaman komunikasi yang mereka ceritakan kepada peneliti.

Lokasi Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penelitian ini dilaksanakan di Kota Pariaman.

Waktu Penelitian

Penelitian ini membutuhkan beberapa tahapan penelitian dalam pencarian dan pengumpulan data. Adapun jadwal penelitian ini digambarkan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Waktu Penelitian

Jenis Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan																
	2019												2020				
	J a n u a	F e b r u a	M a r t a	A p r i l	M e i	J u n i	J u l i	A g u s	S e p t e m b e	O k t o b e	N o v e m b e	D i s e m b e r	J a n u a	F e b r u a	M a r t a	M e i	J u n i
Survey Awal	√	√	√														
Proposal			√	√	√	√	√	√									
Kolokium									√								
Penelitian									√	√	√	√	√	√			
Penyusunan Laporan									√	√	√	√	√	√			

Konsultasi Hasil													√	√	√	√		
Seminar Hasil																	√	
Sidang Tesis																		√

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Gambaran Umum Penelitian

Lokasi Kawasan Kota Pariaman

Kota Pariaman merupakan wilayah pemekaran dari Kabupaten Padang Pariaman di Provinsi Sumatera Barat. Kota Pariaman terbentuk berdasarkan Undang-Undang No. 12 Tahun 2002. Kota Pariaman secara geografis terletak di Pantai Barat Pulau Sumatera dan berhadapan langsung dengan Samudera Hindia. Pada sisi sebelah Utara, Timur dan Selatan, Kota Pariaman berbatasan langsung dengan Kabupaten Padang Pariaman dan disebelah Barat berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. Kota Pariaman sangat diuntungkan dengan kondisi geografisnya yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia.

Kota Pariaman merupakan sebuah kota di Provinsi Sumatera Barat. Kota Pariaman berjarak sekitar 56 km dari Kota Padang dan 25 km dari Bandara Internasional Minangkabau. Kota Pariaman merupakan hamparan dataran rendah yang landai dengan ketinggian antara 2 sampai dengan 35 meter di atas permukaan laut dengan luas daratan 73,36 km² serta luas perairan laut 282,69 km². Kota Pariaman memiliki 6 buah pulau-pulau kecil yaitu Pulau Bando, Pulau Gosong, Pulau Ujung, Pulau Tengah, Pulau Angso dan Pulau Kasiak. Jumlah penduduk di Kota Pariaman terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut data BPS (2018; 59) pada tahun 2016 penduduk Kota Pariaman berjumlah 85.691 jiwa. Pada tahun 2017 jumlah ini meningkat menjadi 86.618 jiwa, dengan komposisi 42.771 jiwa penduduk laki-laki dan 43.847 jiwa penduduk perempuan yang tersebar di 4 kecamatan yaitu Kecamatan Pariaman Tengah, Pariaman Selatan, Pariaman Timur dan Pariaman Utara.

Dinas Kominfo Kota Pariaman

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman merupakan salah satu Satuan Organisasi Perangkat Daerah (SOPD) di lingkungan Pemerintah Daerah Kota Pariaman. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pariaman Nomor 7 Tahun 2016 mengenai Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kota Pariaman.

Visi dan Misi

Visi Dinas Kominfo Kota Pariaman mengacu pada visi Kementerian Komunikasi dan Informatika dan visi pembangunan nasional tahun 2005—2025, yaitu “Terwujudnya Indonesia Yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong“. Visi Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah visi institusi yang digunakan sebagai arahan kepada semua jajaran Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Untuk itu, seluruh sektor pembangunan dalam pemerintahan baik pusat maupun daerah dan seluruh potensi bangsa wajib mewujudkan visi tersebut. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman diharapkan dapat memberikan kontribusi melalui upaya mewujudkan masyarakat yang berpengetahuan, mandiri, dan berdaya saing tinggi melalui pemanfaatan TIK. Untuk mewujudkan visi tersebut, Dinas Kominfo Kota Pariaman memiliki misi meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan informasi publik yang transparan, aspiratif dan partisipatif melalui pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Tugas dan Fungsi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman mempunyai tugas pokok, yaitu: “Membantu Walikota melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan bidang komunikasi dan informatika. Untuk menjalankan tugas pokok tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai fungsi:

1. Perumusan kebijakan di bidang pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, pelayanan informasi publik, layanan hubungan media, penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi, layanan infrastruktur dasar data center, disaster recovery center & TIK, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan sistem komunikasi intra pemerintah daerah kota, layanan keamanan informasi e-Government, layanan manajemen data dan informasi e-Government, layanan

pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik dan spesifik dan suplemen yang terintegrasi, integrasi layanan publik dan pemerintahan, penyelenggaraan ekosistem TIK *smart city*, penyelenggaraan Government Chief Information Officer (GCIO) pemerintah daerah Kota , pengembangan sumber daya TIK pemerintah daerah Kota dan masyarakat, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan kota;

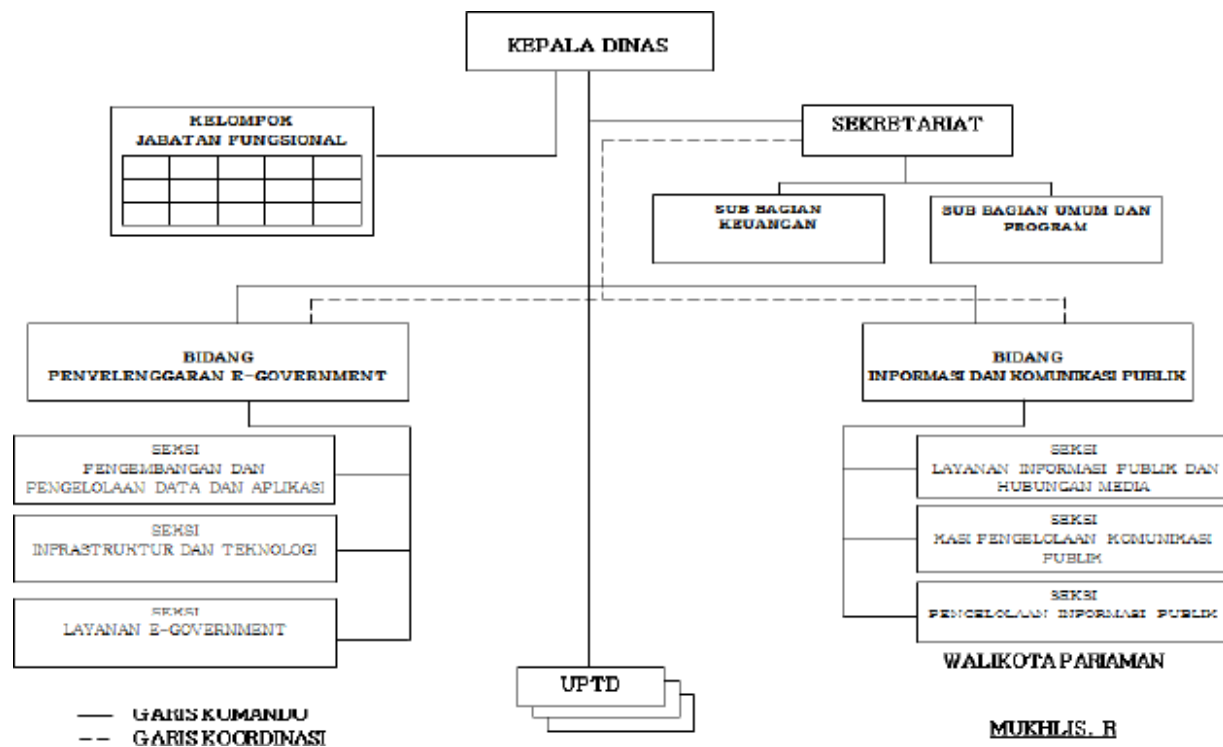
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, pelayanan informasi publik, layanan hubungan media, penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi, layanan infrastruktur dasar data center, disaster recovery center & TIK, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan sistem komunikasi intra pemerintah daerah kota, layanan keamanan informasi e-Government, layanan manajemen data dan informasi e-Government, layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik dan spesifik dan suplemen yang terintegrasi, integrasi layanan publik dan pemerintahan, penyelenggaraan ekosistem TIK *smart city*, penyelenggaraan Government Chief Information Officer (GCIO) pemerintah daerah kota, pengembangan sumber daya TIK pemerintah daerah Kota dan masyarakat, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan kota;
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah, penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, pelayanan informasi publik, layanan hubungan media, penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi, layanan infrastruktur dasar data center, disaster recovery center & TIK, layanan pengembangan intranet dan penggunaan akses internet, layanan sistem komunikasi intra pemerintah daerah kota, layanan keamanan informasi e-Government, layanan manajemen data dan informasi e-

Government, layanan pengembangan dan pengelolaan aplikasi generik dan spesifik dan suplemen yang terintegrasi, integrasi layanan publik dan pemerintahan, penyelenggaraan ekosistem TIK *smart city*, penyelenggaraan Government Chief Information Officer (GCIO) pemerintah daerah kota Pariaman, pengembangan sumber daya TIK pemerintah daerah kota dan masyarakat, layanan nama domain dan sub domain bagi lembaga, pelayanan publik dan kegiatan kota;

4. Pelaksanaan administrasi dinas; dan
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota terkait dengan tugas dan fungsinya.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah susunan hubungan antara tiap bagian yang memiliki posisi dalam sebuah organisasi dalam rangka menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing anggota sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. Hal ini juga berlaku pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman. Berikut adalah struktur organisasi yang ada dalam lingkup Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman yang ditetapkan melalui Peraturan Walikota Pariaman No. 50 Tahun 2016.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman
 Sumber: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pariaman

Profil Informan

Penelitian ini berisi uraian hasil pengumpulan data yang telah peneliti lakukan di Kota Pariaman sejak bulan Desember 2019 dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan dokumentasi. Peneliti memilih informan yang diwawancarai secara *purposive sampling*, dimana ada beberapa kriteria yang telah penulis tetapkan sebelumnya. Hal ini dikarenakan penulis ingin menggali pengalaman pemerintah maupun masyarakat dalam memahami, menyampaikan dan menerapkan konsep *smart city* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Terdapat sembilan informan yang peneliti yakini memiliki pengalaman dan memahami konsep *smart city* ini serta memenuhi kriteria informan yang telah peneliti tetapkan sebelumnya.

Informan tersebut adalah empat orang ASN yang bekerja pada Dinas Kominfo Kota Pariaman yang telah lama bergerak di bidang penyelenggaraan e-government sebagai cikal bakal dalam penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Lima orang informan lainnya adalah masyarakat yang mengetahui dan menerapkan konsep *smart city* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Berikut merupakan profil informan dalam penelitian ini.

1. Nama: YS

Informan YS merupakan pejabat eselon III yang dilantik pada tahun 2018. Meskipun begitu, YS telah bekerja pada bidang kominfo hingga kemudian berubah menjadi Dinas Kominfo selama lebih kurang 15 tahun. Ia juga ikut serta menggagas penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Sebagai pejabat eselon III di bidang penyelenggaraan e-government, informan ini bertugas membantu Kepala Dinas dalam mempersiapkan, merumuskan dan melaksanakan kebijakan, menyusun norma, standar, prosedur dan kriteria, pemberian bimbingan teknis, pengawasan, evaluasi dan pelaporan di bidang layanan dan penyelenggaraan ekosistem TIK *smart city*.

2. Nama: SA

Informan SA adalah seorang pejabat eselon IV di Dinas Kominfo Kota Pariaman selama hampir empat tahun. SA telah ditempatkan pada bidang Kominfo sejak awal pengangkatannya sebagai seorang pegawai negeri pada tahun 2010. Ia bertanggung jawab dalam penyediaan infrastruktur penyelenggaraan e-

government dan keamanan informasi e-government di lingkungan pemerintah Kota Pariaman.

3. Nama: IR

Informan IR telah bekerja pada bidang Kominfo selama sembilan tahun. Pada tahun 2017, ia diangkat sebagai salah seorang pejabat eselon IV pada Dinas Kominfo Kota Pariaman. IR bertanggung jawab dalam memberikan bimbingan teknis dan layanan dalam penyelenggaraan e-government di Kota Pariaman.

4. Nama: DH

Informan DH diangkat sebagai pejabat eselon IV pada Dinas Kominfo sejak tahun 2017. DH bertanggung jawab dalam pengelolaan dan penyediaan layanan manajemen data dan aplikasi di lingkungan pemerintah Kota Pariaman. Ia juga aktif dalam kegiatan karang taruna.

5. Nama: YAP

Informan YAP adalah seorang pemilik usaha kuliner di Kota Pariaman yang berusia 31 tahun. Informan YAP belum menikah dan masih tinggal di rumah orang tuanya yang berada di tepi pantai. Posisi rumah yang strategis dan cukup luas membuat informan memutuskan untuk membuka usaha. Ia memilih membuka usaha kuliner karena dilatarbelakangi oleh hobinya menyicipi makanan.

6. Nama: OLP

Informan yang lahir pada tahun 1976 ini merupakan pemilik media online www.pariamantoday.com. Informan OLP mendirikan media online www.pariamantoday.com pada tahun 2012. Satu tahun kemudian ia mulai melakukan kerjasama dengan Pemerintah Kota Pariaman dan Kabupaten Padang Pariaman. Sebagai salah seorang warga Kota Pariaman, informan ini sangat peduli dengan perkembangan daerahnya. Tidak hanya melalui media online miliknya, ia juga ikut mempromosikan Kota Pariaman melalui media sosial.

7. Nama: FCP

Informan FCP adalah seorang lulusan S1 ilmu administrasi negara. Sebagai seorang pemuda yang memiliki keinginan kuat untuk ikut serta membangun daerahnya, informan bergabung di sebuah organisasi kepemudaan KNPI.

Setelah beberapa lama bergabung, ia diangkat menjadi bendahara KNPI Kota Pariaman periode 2018-2021. Ia sering diundang oleh pemerintah dalam acara-acara yang berkaitan dengan kepemudaan.

8. Nama: BS

Informan BS merupakan salah seorang seniman Pariaman. Pria yang lahir pada tahun 1983 ini telah memulai karirnya sebagai seorang seniman lebih dari 15 tahun silam. Lahir dan dibesarkan di kampung Pondok Kota Pariaman (dulu Pariaman) membuat ia merasa bertanggung jawab untuk membuat daerahnya maju dan dikenal oleh masyarakat di luar Pariaman. Sebagian besar lagu yang ia bawakan bercerita tentang Pariaman bahkan video yang ia buat juga berlokasi di sekitar wilayah Pariaman (Kota Pariaman dan Kabupaten Padang Pariaman).

9. Nama: R

R adalah informan yang berusia 55 tahun. Meskipun hanya lulusan STM, informan R adalah seorang petani yang gigih dan mau terus belajar dengan siapa saja. Tidak hanya menerima ilmu, informan juga membagikan ilmu yang ia miliki tentang pertanian kepada rekan-rekannya sesama petani. Pada tahun 2006, ia ditunjuk sebagai ketua kelompok tani di desanya Toboh Palabah Kecamatan Pariaman Selatan Kota Pariaman. Oleh karena ketekunan dan kegigihannya, informan R diangkat oleh Pemerintah Kota Pariaman sebagai ketua Gapoktan Tunas Sakato Desa Toboh Palabah Kecamatan Pariaman Selatan melalui SK Dinas Pertanian tahun 2010.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengalaman Komunikasi Pemerintah Dalam Mengedukasi Masyarakat Sebagai Upaya Mewujudkan *Pariaman Smart City*.

Pengalaman Komunikasi Dinas Kominfo dalam lingkungan internal

Pemerintah Kota Pariaman khususnya Dinas Kominfo merupakan *leading* sektor penyelenggaraan konsep *Pariaman Smart City* di Kota Pariaman. Dinas Kominfo bertanggung jawab dalam merencanakan, menyiapkan segala kebutuhan, serta memperkenalkan kepada seluruh *stakeholder* di Kota Pariaman tentang konsep *Pariaman Smart City*.

Para pegawai di lingkungan Dinas Kominfo harus lebih memahami terlebih dahulu tentang konsep *smart city* sebelum mereka memperkenalkannya kepada para *stakeholder* lainnya. Para pegawai di lingkungan Dinas Kominfo sendiri telah saling berbagi pengalaman dan informasi tentang konsep dan penerapan *smart city* ini baik melalui rapat maupun diskusi-diskusi di sela-sela pekerjaan mereka. Tindakan berbagi pengalaman dan informasi diantara para pegawai di Dinas Kominfo merupakan salah satu bagian terpenting dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep *smart city*. Hal ini dikemukakan oleh YS pada 23 Desember 2019,

“Kalau dengan atasan, bawahan kemudian ke teman-teman sekantor, itu sering. Kita sharing. Jadi gini, pada awalnya kita sendiri kurang memahami ya smart city itu apa, tapi ya seiring berjalannya waktu. Betapa pentingnya kalau kita ikut semacam sosialisasi, atau pertemuan, atau FGD baik itu di provinsi ataupun di luar daerah. Betapa pentingnya untuk menambah wawasan kita sendiri. Konsep itu yang kita sampaikan ke atasan atau ke bawahan. Karena pasti mereka pernah ikut dalam kegiatan yang sama. Istilahnya berbagi pengalamanlah.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dengan berbagi pengalaman dan informasi tentang konsep *smart city* maka kekeliruan dan pemahaman yang berbeda tentang konsep *smart city* dapat diminimalisir. Pada awal kemunculannya, konsep *smart city* dipahami dengan makna yang beragam yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman mereka tentang konsep tersebut. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan seringnya komunikasi diantara mereka, mereka

mulai memahami konsep *smart city* dengan cara yang sama atau hampir sama. Kegiatan berbagi pengalaman ini juga merupakan salah satu upaya mengedukasi pegawai lain yang belum memahami konsep *smart city* ini dan mendorong mereka untuk menambah wawasan melalui berbagai kegiatan yang dilaksanakan baik di dalam maupun luar daerah Kota Pariaman.

Informasi yang sama disampaikan juga oleh IR di Dinas Kominfo Kota Pariaman pada Senin, 23 Desember 2019.

“Kalau dengan kawan-kawan di kantor kita lebih banyak berdiskusi mengenai konsep kedepannya apa sih, mungkin lebih ke pelayanan sih. Apa sih yang perlu kita ciptakan untuk melayani mereka... masyarakat. Kalau kami kan melihatnya... karena infrastruktur sudah ada gitu kan, apa sih yang mau kita isi di situ untuk pelayanan ke masyarakat. Lebih kesitu sih. Menciptakan teknologi yang ya itu tadi... mempermudah, aplikasi atau apalah... TIK itu sendiri untuk mempermudah urusan. Apa sih yang perlu kita kerjakan. (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Komunikasi yang terjadi diantara para pegawai di Dinas Kominfo juga terjadi dalam bentuk diskusi-diskusi. Komunikasi yang dilakukan ditujukan untuk memberikan ataupun menerima saran terhadap beberapa kekurangan dalam pelaksanaan dan penyediaan aplikasi. Aplikasi yang dibuat ditujukan bagi pemerintah maupun masyarakat di Kota Pariaman. Dalam proses komunikasi ini, komunikasi berjalan cukup baik. Hal ini dikarenakan adanya pemahaman yang sama atau hampir sama diantara para pegawai tentang konsep *smart city*.

Pengalaman Komunikasi Dinas Kominfo dalam lingkungan eksternal

Dinas Kominfo telah melakukan aktivitas komunikasi tentang konsep *smart city* semenjak tahun 2015. Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kota Pariaman dalam bentuk sosialisasi, seminar dan FGD. Dinas Kominfo mengundang para pegawai dari dinas-dinas yang berada di lingkungan Pemerintah Kota Pariaman dan masyarakat Kota Pariaman. Dinas Kominfo menghadirkan narasumber yang telah sangat memahami konsep *smart city* dalam setiap kegiatan sosialisasi dan seminar yang diselenggarakan, seperti yang diungkapkan oleh YS pada 23 Desember 2019 sebagai berikut:

“.... Waktu 2015 sudah mulai dikumpulkan. Waktu itu narasumbernya dari PT Telkom kan menjelaskan konsep smartcity itu seperti apa. Intinya kan menuju ke kehidupan yang lebih baik.... tahun 2017 diadakan lagi semacam FGD-FGD tentang smartcity tersebut. Tahun 2017 awal, Februari, ada peluncuran aplikasi UPIAK sebagai salah satu program yang juga mendukung tercapainya smartcity. Yang diundang sih waktu itu selain ASN termasuk juga ada tokoh-tokoh masyarakat.”(YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

YS sendiri pada saat sosialisasi tersebut merupakan salah seorang pegawai pada bidang kominfo dan penyelenggaraan e-government yang juga ikut serta dalam kegiatan sosialisasi tersebut. Proses sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo ditujukan kepada para *stakeholder* dengan mengundang orang yang paham tentang konsep *smart city* tersebut sebagai narasumber seperti narasumber dari PT. Telkom. Narasumber menjelaskan tentang konsep *smart city* sebagai sesuatu yang perlu dilakukan untuk menuju kehidupan yang lebih baik. Kegiatan sosialisasi ataupun FGD yang dilakukan dimaksudkan untuk mengedukasi ASN dan masyarakat tentang konsep *smart city* yang akan diterapkan di Kota Pariaman.

Penggunaan konsep *smart city* di Kota Pariaman lebih ditujukan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi seluruh *stakeholder* di Kota Pariaman. Peluncuran aplikasi UPIAK merupakan salah satu cara untuk mengajak seluruh *stakeholder* ikut berpartisipasi dalam pembangunan Kota Pariaman kedepannya. Ini merupakan salah satu bagian terpenting dari konsep *smart city* tersebut. Kehadiran para tokoh masyarakat dalam kegiatan ini menjadi bagian terpenting karena para tokoh masyarakat tersebut merupakan orang-orang yang disegani di lingkungan masyarakatnya dimana setiap informasi yang ia sampaikan akan didengar oleh masyarakat lainnya. Tokoh masyarakat juga telah diminta untuk menyampaikan informasi yang mereka dapatkan dalam acara sosialisasi tersebut kepada masyarakat lainnya khususnya masyarakat di desa mereka masing-masing.

Proses sosialisasi yang dilakukan Pemerintah Kota Pariaman kepada ASN dan masyarakat juga dapat dilihat pada gambar berikut ini,



Gambar 5.1 Sosialisasi *Smart City* kepada ASN dan Masyarakat Kota Pariaman
Sumber. Dinas Kominfo Kota Pariaman

Kehadiran dan dukungan para tokoh masyarakat dalam berbagai acara yang dilakukan termasuk sosialisasi *smart city* diharapkan akan menjadi modal yang kuat bagi Pemerintah Kota Pariaman dalam membuat kebijakan. Pada dasarnya setiap kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Pariaman ditujukan untuk kemajuan dan kesejahteraan masyarakat Kota Pariaman itu sendiri. Dalam kegiatan sosialisasi ini, peneliti melihat masih kurangnya antusiasme dari para tokoh masyarakat tentang konsep *smart city*.

Dalam beberapa pertemuan lainnya, Dinas Kominfo menghadirkan para pembicara dari daerah-daerah yang telah berhasil menerapkan konsep *smart city*, seperti dari Banyuwangi dan Semarang. Kegiatan ini dilaksanakan dalam waktu yang berbeda yakni 11 November 2018 dan 7 Agustus 2019. Kehadiran para pembicara ini lebih dimaksudkan untuk berbagi pengalaman baik positif maupun negatif. Pengalaman positif adalah contoh keberhasilan dan manfaat yang didapatkan pemerintah dan masyarakat dengan adanya konsep *smart city* di daerah mereka masing-masing. Pengalaman negatif lebih dimaksudkan pada kendala yang pernah mereka hadapi baik dengan pemerintah sendiri maupun dengan masyarakatnya dalam penerapan konsep *smart city*. Seperti yang dikemukakan oleh SA pada 23 Desember 2019.

“Ya artinya daerah-daerah yang telah melaksanakan smart city lebih baik dari kita contohnya daerah Banyuwangi, daerah Semarang. Jadi mereka memang menjelaskan tentang konsep smart city yang mereka bangun. Mereka memang memberdayakan masyarakatnya, bagaimana mengelola lingkungan dengan baik, pemanfaatan listrik dengan baik.”(SA, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Penerapan konsep *smart city* membutuhkan kerjasama yang baik antara pemerintah dengan seluruh *stakeholdernya*. Dengan mengundang narasumber dari beberapa daerah yang telah menerapkan konsep *smart city* diharapkan mampu menyadarkan dan mengedukasi masyarakat Kota Pariaman tentang pentingnya komitmen yang kuat dalam upaya mewujudkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Pengalaman daerah-daerah tersebut dalam mewujudkan konsep *smart city* dapat menjadi pelajaran berharga bagi seluruh *stakeholder* di Kota Pariaman.

Dari pengalaman yang disampaikan oleh narasumber, tentunya ada beberapa kendala yang pernah mereka hadapi dan bagaimana cara mereka mengatasi kendala tersebut. Tidak hanya masyarakat, pemerintah Kota Pariaman juga harus mampu mengantisipasi kendala yang mungkin akan terjadi dan mengajak serta memberdayakan masyarakat untuk bersama-sama mewujudkan konsep Pariaman *Smart City* berdasarkan pengalaman yang diceritakan oleh narasumber tersebut.

Informasi yang sama juga dikemukakan oleh YS sebagai berikut:

“ Kota Semarang itu termasuk salah satu kota yang sudah menerapkan konsep smart city yang bagus disamping Surabaya. Dan kebetulan pak walikota sebelumnya sudah mengunjungi Kota Semarang, melihat bagaimana konsep smart city di Kota Semarang itu berjalan dengan sangat bagus terkait dengan pelayanan publiknya dan sebagainya. Atas dasar itu maka kami mengundang Kota Semarang untuk sharing pengetahuan atau sharing informasi bagaimana mereka menerapkan konsep smart city e... Semarang smart city itu... e di Kota Pariaman.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Sebelum mengundang narasumber dari beberapa daerah yang telah menerapkan konsep *smart city* tersebut, pemerintah Kota Pariaman telah melihat secara langsung bagaimana penerapan konsep *smart city* di daerah tersebut. Jadi pertemuan yang dilakukan lebih difokuskan pada berbagi pengalaman dan informasi tentang penerapan konsep *smart city* tersebut sehingga suasana pertemuan terasa lebih santai dan tidak

monoton. Pertemuan ini juga dapat dijadikan pelajaran bagi pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman dalam menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman.

Pemerintah Kota Pariaman melalui Dinas Kominfo juga telah mengedukasi para perangkat desa dengan melakukan bimbingan teknis, seperti yang dikemukakan oleh IR pada 23 Desember 2019,

“Sebenarnya sudah banyak sih yang dilakukan. Contohnya kayak bimtek dengan mengundang narasumber dari luar daerah. Bimtek tentang apa sih kegunaan teknologi itu sendiri. Kami juga pernah melakukan sosialisasi tentang keterbukaan informasi untuk desa. Itu kan konsep bagaimana desa itu mencari informasi, bagaimana desa itu mengeluarkan surat. Itu contohnya. Jadi lebih... apa namanya... pada penerapannya.” (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dari petikan wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa Dinas Kominfo telah berusaha mengedukasi masyarakat terkait manfaat teknologi untuk kehidupan sehari-hari. Edukasi ini sendiri merupakan salah satu upaya dalam menciptakan masyarakat cerdas sebagai salah satu dimensi dalam mewujudkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Melalui kegiatan bimbingan teknis yang dilakukan, Dinas Kominfo berharap agar seluruh masyarakat terutama para perangkat desa dapat menerapkan semua informasi yang telah disampaikan dalam pekerjaan mereka sehari-hari.

Dinas Kominfo juga menggandeng relawan TIK dalam usaha mengedukasi masyarakat seperti yang terlihat dalam transkrip wawancara berikut ini,

“Kalau kominfo Kota Pariaman, komunitasnya masih belum jalan. Cuma turunan dari kementerian kominfo ada relawan TIK. Itu sudah banyak jalan. Contoh kayak kemaren ada bimtek juga di Pariaman, mereka menjelaskan tentang... mungkin berkaitannya lebih ke apa... sisi positif dari internet. Mereka lebih menjelaskan ke situ sih. Lebih ke... memahami konten itu seperti apa gitu.” (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman).

Kehadiran relawan TIK menjadi suatu keuntungan tersendiri bagi pemerintah khususnya Pemerintah Kota Pariaman. Relawan TIK sangat membantu pekerjaan pemerintah yang berkaitan dengan edukasi masyarakat tentang TIK. Kemajuan teknologi yang begitu pesat dan mudahnya setiap orang mengakses setiap informasi menjadi satu hal yang harus dicermati oleh pengguna internet. Informasi yang disampaikan bisa saja bohong (hoax), sehingga masyarakat tidak boleh langsung

menerima dan percaya dengan informasi yang ada. Mereka harus mencari tahu dulu kebenarannya dengan cara-cara tertentu. Kehadiran konten-konten negatif juga sangat buruk bagi pengguna internet khususnya anak-anak dan remaja yang notabenehnya labil dan suka mencoba hal-hal baru yang belum pernah mereka alami.

Proses penyampaian konsep *smart city* ini tidak hanya dilakukan melalui sosialisasi, FGD ataupun bimtek, secara personal ASN Dinas Kominfo telah mencoba mengedukasi masyarakat dengan menyampaikan secara langsung kepada masyarakat di kedai-kedai. Seperti yang dikemukakan oleh IR, 23 Desember 2019

“Ya pernah sih... di kedai kopi. Kita bertukar pendapat aja sih karena ada gaung Pariaman menuju smart city. Mereka secara... kalau berkenaan dengan layanan sangat mendukung. Cuma ada kendala kalo berkaitan dengan internet. Kan internet lebih banyak orang memakainya ke negatif. Ya itu tadi, mungkin dengan adanya infrastruktur, pengembangan SDMnya diperbanyak mungkin mereka akan paham o ya bagaimana mengendalikan internet itu sendiri. Tapi kalau berkaitan dengan layanan mereka setuju, malah mendukung itu untuk pengembangan layanan. Seperti mengurus izin, dua hari selesai, tak perlu lama-lama. Kalo dulu kan mengurus izin, menunggunya lama.” (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa dalam fungsinya sebagai salah seorang ASN Pemerintah Kota Pariaman, informan juga telah mencoba mengedukasi anggota masyarakat lainnya tentang upaya penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman melalui diskusi-diskusi yang bersifat santai. Dalam upaya edukasi tersebut, masyarakat seringkali menghubungkan konsep *smart city* dengan internet semata sehingga mereka beranggapan bahwa internet bisa berdampak buruk karena seringkali digunakan untuk hal yang negatif begitu pula halnya dengan *smart city*. Namun, ketika informan mencoba memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang *smart city* adalah upaya untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat, masyarakat memberikan respon yang positif dan memberikan dukungan untuk pelaksanaan konsep *smart city* tersebut.

Informan DH juga melakukan edukasi kepada masyarakat khususnya kepada para pemuda melalui organisasi Karang Taruna yang ia ikuti.

“Ya... saya aktif dalam kegiatan karang taruna dan menyampaikan kepada mereka bahwa Kota Pariaman saat ini menuju smart city. Jadi dengan adanya pemahaman masyarakat tentang smart city itu tadi khususnya para pemuda,

mereka akan termotivasi juga ya... karena salah satu point penting dalam smart city adalah smart people. Jadi kalau kita ingin membangun sebuah smart city maka harus ada smart peoplenya dulu.” (DH, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Informan DH aktif dalam berbagai kegiatan karang taruna. Iapun sangat menyadari bahwa masyarakat yang cerdas dan paham tentang apa itu *smart city* menjadi ujung tombak dalam mewujudkan konsep *smart city* tersebut. Informan DH lebih mengutamakan komunikasi tentang konsep *smart city* melalui organisasi kepemudaan dengan harapan para pemuda tersebut dapat lebih termotivasi dan memahami tentang konsep *smart city* yang sesungguhnya. Jika mereka telah paham dan termotivasi, maka konsep *smart city* ini dapat dengan mudah diwujudkan di Kota Pariaman.

“Respon mereka kalau kita perhatikan, smart people itu salah satu ujung tombaknya adalah pemuda. Apalagi sekarang ini mereka dijuluki sebagai generasi milenial. Identifikasi generasi milenial, mereka sangat melek di bidang IT. Jadi perhatian mereka di bidang IT yang besar itu akan menjadi modal dasar yang bagus untuk membentuk smart people yang lebih bagus lagi. ” (DH, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Informan DH menyadari bahwa konsep *smart city* akan lebih mudah disampaikan atau disosialisasikan kepada generasi muda atau generasi milenial. Hal ini dikarenakan generasi milenial lebih cenderung menggunakan internet dan lebih melek teknologi daripada generasi di atasnya. Sebagai bagian dari masyarakat, generasi milenial menjadi modal dasar dalam membentuk *smart people* yang merupakan poin penting dalam konsep *smart city*. Generasi milenial memiliki rasa ingin tahu yang besar tentang hal-hal yang terjadi saat ini dan viral secara cepat.

Komunikasi tentang konsep *smart city* kepada generasi milenial juga telah dilakukan oleh informan IR sebagai berikut,

“Kalau ke generasi milenial mungkin sudah sering. Ke generasi milenial lebih sering kepada manfaat dari TIK itu sendiri. Mereka sudah semakin paham gitu.” (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman).

Generasi milenial juga memiliki semangat yang tinggi untuk mencari informasi atau pengetahuan baru terutama melalui dunia digital. Menyesuaikan dengan keseharian mereka, informan IR lebih menfokuskan diskusi pada manfaat teknologi informasi dan komunikasi bagi para milenial tersebut. Edukasi tentang manfaat TIK akan membuat

generasi milenial ini semakin menyadari dua sisi dari internet. Penggunaan akses internet dapat mempercepat upaya-upaya untuk mendapatkan informasi terbaru dan kekinian, namun juga harus diwaspadai dampak negatif internet tersebut. Generasi milenial harus menggunakan internet secara sehat dan bagaimana supaya menjadi pengguna internet yang cerdas dan tidak mudah terprovokasi isu-isu negatif yang bisa memecah belah. Dalam hal ini, masyarakat khususnya generasi milenial harus mampu memberdayakan teknologi bukan sebaliknya generasi milenial diperdaya oleh teknologi.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kota Pariaman tidak selalu berjalan mulus. Pengalaman yang kurang menyenangkan juga pernah dialami oleh Dinas Kominfo dalam usaha mewujudkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Hal ini dikemukakan oleh YS pada 23 Desember 2019 sebagai berikut:

“Kalau untuk menyampaikan konsep awalnya sih pasti ada kendalanya kan. Contoh tentang akses. Penggunaan akses internet dalam satu, istilahnya satu pintu. Dimana pengelolaannya dalam hal ini adalah dinas kominfo. Untuk menyampaikan konsep seperti itu saja dulu masih banyak yang keberatan. Dulukan sifatnya anggaran itu ditampung di masing-masing dinas kan. Untuk menggeser anggaran, dijadikan satu anggaran di satu skpd saja sudah keberatan. Sampai muncul statement dari beberapa pihak yang menyatakan istilahnya... lai ka jalan ko smart city ko, gitu kan.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dari transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa upaya mewujudkan konsep *smart city* di Kota Pariaman juga memiliki hambatan. Pada awal kemunculannya, konsep *smart city* ini banyak diragukan oleh berbagai pihak termasuk dari instansi-instansi pemerintah itu sendiri sehingga memunculkan cemooh dan tanggapan negatif tentang penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Hal ini dikarenakan adanya semacam pesimisme atau keraguan terhadap penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman yang dipelopori oleh Dinas Kominfo.

Upaya awal yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman untuk mewujudkan Pariaman *Smart City* adalah penyediaan akses internet secara luas di Kota Pariaman yang berlangsung secara bertahap. Penyediaan akses internet ini dilakukan oleh Dinas Kominfo sebagai *leading* sektor penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Pengelolaan anggaran terkait akses internet yang jumlahnya cukup besar oleh Dinas Kominfo menjadi polemik bagi dinas-dinas lain. Namun seiring dengan berjalannya

waktu dan telah banyaknya usaha yang dilakukan oleh Dinas Kominfo untuk mewujudkan Pariaman *Smart City* terutama dalam hal penyediaan akses internet, keraguan tersebut lama kelamaan mulai berkurang. Tanggapan miring yang pernah diterima oleh Dinas Kominfo telah dibuktikan dengan penyediaan akses internet di sebagian besar wilayah di Kota Pariaman.

Upaya Pemerintah Kota Pariaman dalam Menjadikan Konsep *Smart city* sebagai Sebuah *City Branding*

Pemerintah Kota Pariaman menjadikan *smart city* sebagai sebuah *brand* untuk Kota Pariaman yaitu “Pariaman *Smart City*” untuk menjadikan konsep *smart city* ini dikenal dan diingat oleh masyarakat. Pemerintah Kota Pariaman telah berusaha mengedukasi masyarakat tentang konsep *smart city* tersebut. Sebagai sebuah *brand*, konsep *smart city* tidak bertentangan dengan budaya masyarakat Kota Pariaman seperti yang dikemukakan oleh informan IR pada 23 Desember 2019 sebagai berikut,

“Smart city tidak bertentangan dengan budaya. Teknologi itu kan kita yang handle. Kalau kita punya senjata ya kita yang memenej teknologi itu sendiri. Masyarakat harus cerdas setelah cerdas dia bisa memenej senjatanya. Teknologi itu senjata aja. Itu makanya diperlukan edukasi yang mungkin tidak cuma sekali dua kali karena mengedukasi itu yang susah. (IR, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dari informasi yang disampaikan oleh informan IR di atas dapat diketahui bahwa *smart city* berkaitan erat dengan teknologi. Teknologi hanyalah sebuah alat yang dapat diatur atau dikelola oleh manusia. Manusia harus memahami tentang teknologi tersebut termasuk bagaimana cara mengelolanya agar tidak berdampak buruk bagi manusia. Agar manusia dapat mengelola dan memanfaatkan teknologi perlu adanya edukasi. Proses edukasi tidak bisa hanya satu kali terutama kepada masyarakat awam.

Teknologi itu sendiri bisa menjadi sebuah budaya di masyarakat. Jika teknologi dapat dimanfaatkan sesuai dengan fungsinya maka akan melahirkan budaya positif di masyarakat, begitupun sebaliknya. Jika teknologi tidak dimanfaatkan sesuai dengan fungsinya maka akan melahirkan budaya negatif di masyarakat. Oleh karena itu, perlu adanya pemahaman tentang teknologi kepada masyarakat sebagai manusia pencipta dan

pengguna teknologi yang kemudian juga akan melahirkan nilai-nilai sehingga terbentuk sebuah budaya baru di masyarakat.

Pengalaman dan pemaknaan yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Pariaman tentang *smart city* menuntun kesadaran mereka untuk menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Ada beberapa alasan yang mendorong pemerintah Kota Pariaman menerapkan Pariaman *Smart City*. Informasi ini dikemukakan oleh informan YS pada Senin, 23 Desember 2019.

“Smart city itu kan bukan sesuatu yang baru gitu kan. Yang namanya perkembangan zaman, mau tak mau pasti harus kita ikuti, kalau tidak kita pasti akan tertinggal ya kan. Kita pasti akan tertinggal.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Perkembangan zaman khususnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong bahkan memaksa setiap pemerintahan dan masyarakat untuk bergerak maju dan bertindak serba cepat. Jika masyarakat dan pemerintahan tidak mampu mengikuti perkembangan zaman maka daerah mereka akan menjadi daerah tertinggal.

“Smartcity itu sudah menjadi tuntutan pembaharuan di bidang pemerintahan. Kementrian PAN RB itu sudah mensyaratkan untuk menyelenggarakan sistem pemerintahan berbasis elektronik. Nah, salah satunya, implementasinya adalah melalui smart city.” (DH, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dari gambaran wawancara di atas dapat dilihat bahwa adanya tuntutan pembaharuan dari masyarakat terhadap pemerintah baik dalam hal pelayanan kepada masyarakat maupun hal lainnya menjadi salah satu pendorong penerapan *smart city* di sebagian besar daerah dimanapun berada. Hal ini semakin diperkuat dengan adanya aturan dari pemerintah Republik Indonesia untuk menerapkan konsep *smart city* di setiap daerah di Indonesia melalui sistem pemerintahan berbasis elektronik (SPBE). SPBE mensyaratkan bentuk penyelenggaraan negara dan pelayanan kepada masyarakat secara online, cepat dan tidak merugikan masyarakat.

Keberhasilan daerah-daerah lain baik di Indonesia maupun daerah luar Indonesia menjadi alasan lainnya bagi Pemerintah Kota Pariaman untuk menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman, seperti yang dikemukakan oleh informan YS berikut:

“Konsep dari kepala daerah yang ingin memajukan daerahnya gitu kan. Ya itu yang mau diadopsi oleh pimpinan kita. Kenapa kota-kota lain bisa, Semarang bisa, Surabaya bisa, Pariaman kenapa tidak bisa. Apalagi dengan luas daerahnya yang tidak terlalu besar gitu.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Dilihat dari segi geografis dan luas kota, Kota Pariaman tidak jauh berbeda dengan kota-kota lainnya di Indonesia yang telah berhasil menerapkan konsep *smart city*. Malah Kota Pariaman lebih diuntungkan dengan posisinya yang berada dekat dengan pantai dan memiliki jajaran pulau yang indah dan sebagian besar belum terjamah tangan manusia. Potensi wisata yang cukup menjanjikan ini kemudian dikelola oleh pemerintah Kota Pariaman sehingga menjadi objek wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan tanpa mengabaikan kebersihan lingkungan seperti penyediaan tempat-tempat sampah di setiap objek wisata.

“Sementara di Banyuwangi mereka menerapkan konsep smart city lebih ke IT juga ke masyarakat juga dan pengolahan sumber daya desanya. Jadi lebih ke berbagai pengalaman. Mungkin kita bisa melihat ke daerah Banyuwangi. Banyuwangi itu salah satu kabupaten yang tertinggal di Jawa Timur tapi dengan penerapan smart city dari berbagai aspek mereka bisa menjadi daerah percontohan bagi kita dalam menerapkan konsep smart city.” (SA, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang terbilang belum maju pada 15 tahun lalu. Dalam beberapa tahun terakhir, banyuwangi telah berubah dengan sangat cepat. Banyuwangi tumbuh sebagai sebuah kota yang maju dengan penerapan konsep *smart city* yang mereka terapkan. Keberhasilan daerah Banyuwangi ini menjadi alasan yang mendorong Pemerintah Kota Pariaman untuk menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman.

Pola pengelolaan sebuah daerah atau kota yang terencana dan terkelola dengan baik mejadi sebuah penentu bagi kemajuan dan kesejahteraan hidup masyarakat di daerah tersebut. Kesejahteraan hidup masyarakat menjadi salah satu tujuan penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman.

“Tujuan akhirnya adalah bagaimana kita bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena memang tujuan akhir dari kegiatan pemerintahan itu adalah muara akhirnya adalah bagaimana kesejahteraan masyarakat itu bisa meningkat. Ya baik itu kebutuhan sandang pangannya, kebutuhan pekerjaan, kebutuhan lain yang memang itu menjadi tuntutan bagi masyarakat.” (DH, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Setiap kepala daerah memiliki visi dan misi untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakatnya. Begitu juga halnya dengan Walikota dan Wakil Walikota Pariaman. Berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan ditujukan untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat baik dalam hal sandang, pangan, papan, kebutuhan akan pekerjaan dan berbagai kebutuhan lainnya. Di Kota Pariaman sendiri, orang tua siswa dibebaskan dari membayar uang sekolah untuk tingkat SD, SMP dan SMA. Tidak hanya itu, Pemerintah Kota Pariaman menyediakan 9 armada bus gratis yang dikhususkan untuk menjemput antar siswa baik SD, SMP maupun SMA. Hal ini juga mengurangi beban orang tua untuk membayar ongkos anak-anak mereka ke sekolah.

Pengalaman Komunikasi Masyarakat Dalam Upaya Menjadi *Smart People*

Pengalaman Komunikasi Masyarakat dalam Kegiatan Sosialisasi *Smart City*

Dinas Kominfo tidak hanya bertanggung jawab penuh dalam penerapan konsep *smart city*, namun juga dalam mengedukasi masyarakat Kota Pariaman tentang konsep *smart city* tersebut. Dinas Kominfo telah melakukan berbagai kegiatan sosialisasi seminar, bimbingan teknis dan FGD dalam upaya mengedukasi masyarakat Kota Pariaman tentang konsep *smart city*. Masyarakatpun membenarkan bahwa telah ada komunikasi tentang konsep *smart city* ini kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan yang telah dilakukan oleh Dinas Kominfo seperti yang dikemukakan oleh informan YAP pada 18 Januari 2020,

“Pertama saya dengar tentang smart city ini ya dari pemerintah karena ingin bikin kota ini jadi kota smart city. Kira-kira tiga tahun yang lalu.” (YAP, 18 Januari 2020, Symbarang Kadai Kota Pariaman).

Pemerintah Kota Pariaman telah menyampaikan secara langsung kepada masyarakat tentang keinginannya untuk menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Pada dasarnya, Pemerintah Kota Pariaman ingin menerapkan konsep *smart city* dengan harapan menjadikan Kota Pariaman sebagai kota cerdas, kota yang lebih maju dan masyarakat yang lebih sejahtera.

Kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh Dinas Kominfo juga menghadirkan Walikota Pariaman sebagai salah seorang pembicara. Dinas Kominfo sengaja menghadirkan walikota karena walikota adalah kepala daerah yang memiliki visi dan misi untuk mensejahterakan masyarakatnya yang dapat diwujudkan dengan penerapan konsep *smart city* ini. Tidak hanya menyampaikan tentang pengertian *smart city*, walikota juga mengedukasi masyarakat dengan memberikan pemahaman bahwa *smart city* bukan hanya soal digitalisasi. Ada beberapa poin penting lainnya dalam mewujudkan konsep *smart city*. Hal ini disampaikan oleh informan FCP sebagai berikut,

“Dari pak walikota Pariaman. Smart city itu... yang dikatakan bapak waktu itu dalam sambutannya, smart city itu bukan hanya tentang digitalisasi saja. Dia mengatakan disitu ada smart tourism, smart care, smart people dan lain sebagainya.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Dari transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa pemerintah dalam hal ini Walikota Pariaman telah menyampaikan tentang konsep *smart city* ini dengan menghubungkan konsep ini dengan beberapa poin penting lainnya selain digitalisasi seperti wisata cerdas (*smart tourism*) dan kepedulian cerdas (*smart care*). Dalam hal ini, pemerintah Kota Pariaman ingin menegaskan dan mengedukasi masyarakat bahwa konsep *smart city* tidak hanya berbicara tentang digitalisasi ataupun internet, akan tetapi semua komponen lainnya seperti kepedulian terhadap pariwisata maupun kepedulian terhadap lingkungan dan hal-hal lainnya menjadi poin penting dalam penerapan konsep *smart city*. Semua poin penting tersebut menjadi cikal bakal terwujudnya Pariaman *Smart City*. Pemerintah Kota Pariaman ingin menerapkan konsep *smart city* ini di Kota Pariaman. Keinginan ini disampaikan secara langsung oleh pemerintah kepada masyarakat tentunya dengan harapan masyarakat dapat memahami dan memberikan dukungan sehingga keinginan pemerintah Kota Pariaman untuk menerapkan konsep *smart city* ini dapat terwujud.

Tidak hanya kepada masyarakat, konsep *smart city* juga disampaikan oleh pemerintah kepada *stakeholder* lainnya yakni para wartawan atau pihak media secara langsung. Seperti yang dikemukakan oleh informan OLP pada 26 Desember 2019 di salah satu kafe di Kota Pariaman.

“Sangaik banyak ide-ide pemerintah mulai dari water front city, tentang baa namonyo... penerapan smart city itu tadi. Contohnya dengan adanya jaringan internet di tampek-tampek wisata kan ka media juo partamonyo dulu pemerintah mangecek. Istilahnyo... seandainya pun alun mangecknyo kadang-kadang media yang batanyo. Nah bahkan kadang-kadang media yang memulai, kalau diagiah itu baa, rancak cek e.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Sangat banyak ide-ide pemerintah mulai dari water front city, tentang apa namanya... penerapan smart city itu tadi. Contohnya dengan adanya jaringan internet di tempat-tempat wisata kan ke media juga pertamanya pemerintah berbicara. Istilahnya... seandainya pun pemerintah belum mengatakan kadang-kadang media yang bertanya. Nah bahkan kadang-kadang media yang memulai, kalau dibuat itu bagaimana, bagus katanya.”)

Dari hasil wawancara dengan informan OLP di atas, dapat diketahui bahwa Pemerintah Kota Pariaman menjalin hubungan yang cukup harmonis dan erat dengan para wartawan. Dengan hubungan yang erat dan harmonis ini, proses komunikasi antara pemerintah dengan wartawan dapat berjalan dengan baik dan menghilangkan jarak antara pemerintah dengan wartawan. Dalam hal ini pemerintah dapat menyampaikan ide-idenya kepada pihak media dan begitupun sebaliknya. Pihak media juga dapat memberikan masukan berupa ide-ide baru kepada pemerintah dalam upaya mewujudkan konsep *smart city* tersebut di Kota Pariaman.

Meskipun telah seringnya Pemerintah Kota Pariaman mengadakan sosialisasi tentang *smart city* kepada masyarakat, masyarakat belum merasa teredukasi oleh pemerintah tersebut, seperti yang dikemukakan oleh YAP dalam wawancara pada 18 Januari 2019.

“Belum ada edukasi dari koperindag, dari yang lebih paham dengan bidang saya, yang saya usahakan sekarang. Tidak ada edukasi dari mereka. Ya, kayak menjadikan usaha saya menjadi ekonomi kreatif gitu, yang lebih kreatif lagi. Ya belum ada edukasi dari mereka.” (YAP, 18 Januari 2020, Symbarang Kadai Kota Pariaman).

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Pariaman menginginkan suatu bentuk edukasi dari pemerintah yang berkaitan langsung dengan bidang usaha yang mereka tekuni. Bagaimanapun juga, dukungan dan sokongan pemerintah masih sangat diperlukan oleh masyarakat dalam upaya memotivasi mereka untuk terus berusaha dan menjadi lebih kreatif. Masyarakat telah

mulai kreatif, namun kenyataannya mereka masih membutuhkan edukasi dari pemerintah agar usaha yang mereka geluti bisa menjadi lebih kreatif lagi lebih dari yang saat ini mereka miliki.

Informasi tentang belum adanya edukasi dari pemerintah kepada masyarakat juga dibenarkan oleh informan FCP sebagai berikut:

“Belum ada nampak. Masih pada tahap memperkenalkan, ada beberapa kali sih diundang KNPI, ya paling kita di diskusi tertentu memasukkan tentang smart citynya. Trus kalau ada diskusi-diskusi tentang industri 4.0 a paling di situ kita diskusinya yang menyangkut tentang smart city.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Pemerintah Kota Pariaman belum terlalu serius mengedukasi masyarakat tentang konsep *smart city* ini. Pemerintah Kota Pariaman tidak memberikan suatu waktu khusus yang membahas dan mengupas lebih dalam tentang konsep *smart city* ini. Pemerintah Kota Pariaman hanya menyelipkan diskusi tentang *smart city* dalam diskusi-diskusi lainnya. Hal ini dapat saja dilakukan kepada generasi milenial yang lebih melek teknologi dan lebih sering menggunakan internet untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan atau yang membuat mereka penasaran. Pemerintah cukup memberikan sedikit informasi tentang sesuatu, maka mereka akan segera mencari tahunya di internet.

Pola seperti ini tidak bisa dilakukan untuk semua kalangan masyarakat seperti pada informan R yang adalah seorang petani dengan latar belakang pendidikan setara SMA.

“Di internet sekilas lai juo mempelajari awak, kadang istilah e dengan dianjurkan pembimbing tadi tu. Kan yang diutamakan kan dari pembimbing. Mako diutamakan dari pembimbing, jan sampai awak disalahkan.” (R, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

“Di internet sekilas ada juga saya pelajari, kadang istilahnya dengan dianjurkan pembimbing tadi tu. Kan yang diutamakan kan dari pembimbing. Maka diutamakan dari pembimbing, supaya jangan sampai kita disalahkan.”

Transkrip wawancara di atas memperlihatkan bahwa informan mencari informasi dan mempelajari berbagai hal yang berkaitan dengan pekerjaannya sebagai petani hanya karena diminta oleh pembimbing. R belum memanfaatkan informasi atau ilmu yang ia dapatkan diinternet dengan kemauannya sendiri. Ia masih menunggu

informasi dan bimbingan dari para pembimbing karena takut akan melakukan kesalahan jika ia mencoba sendiri tanpa bimbingan.

Pengalaman Komunikasi Masyarakat Kota Pariaman dalam mengedukasi masyarakat lainnya

Proses komunikasi tentang konsep *smart city* di Kota Pariaman berlangsung secara terus menerus dalam artian tidak hanya pemerintah yang berperan sebagai komunikator kepada masyarakat, namun masyarakat juga berperan sebagai komunikator kepada masyarakat lainnya seperti yang dikemukakan oleh informan FCP pada 12 Januari 2019.

“Komunitas dalam grup knpi ada, jadi kita biasa diskusi juga di situ, memberikan informasi juga disitu. Nah itu kan bagian dari smart city juga.”
(FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Informan FCP sebagai salah seorang generasi muda Kota Pariaman yang bergabung dengan KNPI pernah mengikuti sosialisasi *smart city* yang diadakan pemerintah. Informan membagikan informasi-informasi yang ia dapatkan kepada teman-temannya di komunitas KNPI melalui diskusi-diskusi yang sering mereka lakukan. Informan mendukung konsep *smart city* yang dicanangkan pemerintah Kota Pariaman dengan cara membagikan informasi yang ia dapatkan kepada para pemuda khususnya yang berada dalam komunitas KNPI dan mengajak mereka berdiskusi tentang berbagai hal termasuk *smart city*. Tindakan berbagi informasi dan berdiskusi merupakan salah satu cara informan mengedukasi pemuda lainnya yang ada di Kota Pariaman. Informan telah menyadari bahwa berdiskusi dan saling berbagi informasi tentang berbagai hal merupakan nilai-nilai dalam *smart city*.

Informan FCP tidak hanya mengedukasi teman-temannya yang berada dalam komunitas KNPI saja. Ia juga ikut serta mengedukasi masyarakat lain melalui bincang-bincang di kedai seperti berikut ini,

“Ya, saya pernah membicarakan tentang smart city dalam diskusi-diskusi di kedai-kedai kopi. Tentang manfaatnya. Kapan lagi Pariaman bisa jadi kota yang pintar gitu. Karena walikota sekarang ini, bapak Genius sedang gencar-gencarnya menarik orang-orang pusat ke Kota Pariaman. Pokoknya semuanya terhubunglah gitu. Jadi dengan, kalau bahasa pak walikota the small city the

big impact. Kota kecil yang dampaknya besar.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa masyarakat ikut mendukung konsep *smart city* yang digagas oleh pemerintah dengan cara mengedukasi masyarakat lainnya tentang manfaat *smart city* tersebut bagi Kota Pariaman. Pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman memiliki harapan yang cukup besar dengan diterapkannya konsep *smart city* ini di Kota Pariaman. Meskipun Kota Pariaman hanyalah sebuah kota kecil, namun diharapkan akan memberikan dampak yang besar bagi masyarakat Kota Pariaman dengan mengoptimalkan semua aspek dan potensi yang ada di Kota Pariaman melalui konsep *smart city*.

Masyarakat yang telah memahami konsep *smart city* menyampaikan konsep tersebut kepada masyarakat lainnya dengan bahasa yang lebih sederhana. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang berbeda-beda. Jadi dengan menggunakan bahasa daerah yang lebih sederhana, masyarakat dapat lebih memahami konsep *smart city* tersebut seperti yang dikemukakan oleh OLP.

“Jadi smart city itu, itu kan bahasa yo kan. Bahasa. Linguistik. Dengan bahasa sehari-hari seringlah. Acoklah. Contohnya ndak, iko dima bali e ko yong, o online. A ko murahnyo, langsung dari cino bali e ko. Baa caro e?. A iko aplikasinya, takah ko caro mambalinyo. Atau seperti a misal e... seperti daerah-daerah wisata di Pauh misalnyo kan, a... baa caro mengenalan ko? Anuan ka facebook buek an laman e ciek. Buek halaman facebook ciek cek wak kan. A beko upload anu tu. A beko takenal surang je tunyo cek wak. Wak takah ituan. A itu adalah bahasa-bahasa smart city. Cuma yang bisa dipahami oleh masyarakat.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Jadi smart city itu, itu kan bahasa ya kan. Bahasa. Linguistik. Dengan bahasa sehari-hari seringlah. Seringlah. Contohnya, ini dimana belinya yong, o online. A ini murah, langsung dari cina belinya. Bagaimana caranya?. A ini aplikasinya, seperti ini cara membelinya. Atau seperti apa misalnya... seperti daerah-daerah wisata di Pauh misalnya kan, a... bagaimana cara memperkenalkannya? Apa ke facebook buat kan halamannya satu. Buat halaman facebook satu kata saya kan. A nanti upload apa tu. A nanti terkenal sendiri dia kata saya. Saya katakan seperti itu. A itu adalah bahasa-bahasa smart city. Cuma yang bisa dipahami oleh masyarakat.)

Menggunakan bahasa daerah yang lebih sederhana dan mengarahkan masyarakat tentang cara-cara jual beli online ataupun mempromosikan sesuatu menjadi salah satu

cara yang efektif dalam menyampaikan konsep *smart city* kepada masyarakat awam. Masyarakat akan lebih memahami tentang sesuatu hal yang baru dan perlu untuk mereka ketahui dengan jalan mempraktekannya langsung. Dengan mengedukasi masyarakat melalui praktek langsung, mereka dapat mengajukan pertanyaan pada saat itu juga jika kurang memahami.

Tindakan masyarakat Kota Pariaman dalam mengedukasi masyarakat lainnya tentang konsep *smart city* merupakan salah satu bentuk dukungan masyarakat kepada pemerintah dalam upaya mewujudkan Pariaman *Smart City*. Dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada pemerintah dalam menerapkan konsep *smart city* bukannya tanpa alasan seperti yang dikemukakan oleh informan YAP berikut ini:

“Iyo, supayo kotako lebih berkembang dan maju. Tu makonyo harus ado smart city. Sebelum nyo kotako bisa dikecek an indak berkembang.” (YAP, 18 Januari 2020, Svbarang Kadai Kota Pariaman).

(Iya, supaya kota ini lebih berkembang dan maju. Oleh karena itu, makanya harus ada smart city. Sebelumnya kota ini bisa dibilang tidak berkembang.)

Dari transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa informan YAP menyadari bahwa Kota Pariaman harus menjadi sebuah kota yang maju dan berkembang. Jika Kota Pariaman menjadi sebuah kota yang maju dan berkembang maka pertumbuhan ekonomi daerah tersebut juga akan meningkat. Alasan ini jugalah yang mendorong masyarakat untuk mendukung penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman.

Kota Pariaman merupakan salah satu daerah di Indonesia yang belum terlalu dikenal luas oleh masyarakat luar. Kecintaan kepada daerah menjadi alasan masyarakat Pariaman baik yang berada di Kota Pariaman maupun di rantau untuk memperkenalkan kota ini kepada masyarakat luar. Hal ini dikemukakan oleh informan OLP sebagai berikut:

“Apobilo daerah awak rami, tu kan menguntungkan bagi awak tu. Smart city...masyarakaik awak dengan raso kecintaannyo, raso memiliki daerahnyo yang tinggi tu secara tidak langsung akan mempercepat terjadinya smart city tu.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Apabila daerah kita ramai, hal itu akan menguntungkan bagi kita. Smart city...masyarakat dengan rasa kecintaannya, rasa memiliki daerahnya yang tinggi secara tidak langsung akan mempercepat terjadinya smart city tersebut.)

Masyarakat Pariaman memiliki rasa cinta yang sangat tinggi terhadap daerahnya. Kecintaan pada daerah tersebutlah yang mendorong mereka untuk mendukung terwujudnya *smart city* di Kota Pariaman. Penerapan konsep *smart city* diharapkan akan menjadikan Kota Pariaman lebih maju, nyaman dan aman serta mampu menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke Kota Pariaman. Jika Kota Pariaman ramai maka akan memberikan keuntungan bagi masyarakat Kota Pariaman itu sendiri.

Keinginan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman menjadi salah satu pendorong pemerintah dalam pengelolaan kota,

“Semakin banyaknya orang yang berkunjung ke Pariaman, maka semakin banyak juga fasilitas yang disediakan pemerintah. Jadi tingkat kunjungan pariwisata juga naik karena fasilitas ini. Mereka menjadi lebih nyaman lagi dengan banyaknya objek yang mereka kunjungi. Bukan cuma satu, sekarang lebih banyak. Dulu kan terpusat di Pantai Gandoriah sekarang udah ada Pantai Kata, udah ada hutan mangrove sekarang.” (YAP, 18 Januari 2020, Svbarang Kadai Kota Pariaman).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman dari tahun ke tahun belum cukup memuaskan. Pemerintah Kota Pariaman menata dan mengelola kota dengan konsep *smart city*. Penataan dan pengelolaan kota difokuskan pada bidang pariwisata terutama kawasan pantai yang kemudian dibuat semakin rapi dan banyaknya tempat-tempat wisata yang instagramable dan disenangi wisatawan khususnya generasi milenial. Penataan tempat-tempat wisata ini diharapkan kedepannya akan semakin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman.

Motif kesejahteraan hidup juga dikemukakan oleh informan YAP berikut,

“Saya mempromosikan kota dari...via instagram, pokoknya semua yang bisa saya lakukan, saya lakukan dalam promosi kota, lebih ke pariwisata. Masalahnya tempat tinggal saya kan di tepi pantai, tempat usaha saya di tepi pantai, semakin banyak orang berwisata kemungkinan semakin banyak juga orang berkunjung ke kedai saya.” (YAP, 18 Januari 2020, Svbarang Kadai Kota Pariaman).

Informan YAP mengakui bahwa dengan ia ikut mempromosikan Kota Pariaman melalui akun media sosialnya juga akan berdampak pada bisnis kuliner yang sedang ia tekuni. Informan merasa diuntungkan dengan lokasi bisnisnya yang berada di dekat

pantai. Menurutnya dengan mempromosikan pantai, ia juga secara otomatis telah mempromosikan usahanya.

Masyarakat Kota Pariaman Menuju Masyarakat Cerdas

Masyarakat telah menjadi masyarakat cerdas dengan sendirinya meskipun edukasi yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat belum banyak dan mendalam. Sebagian masyarakat Kota Pariaman sudah menyadari tentang dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini, seperti yang dikemukakan oleh informan OLP berikut:

“...ruang sosial awak kan lah duo kini. Partamo, ruang nyata, sudah tu alam maya.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)
(“...ruang sosial sudah menjadi dua saat ini. Pertama, ruang nyata, kedua ruang maya.”)

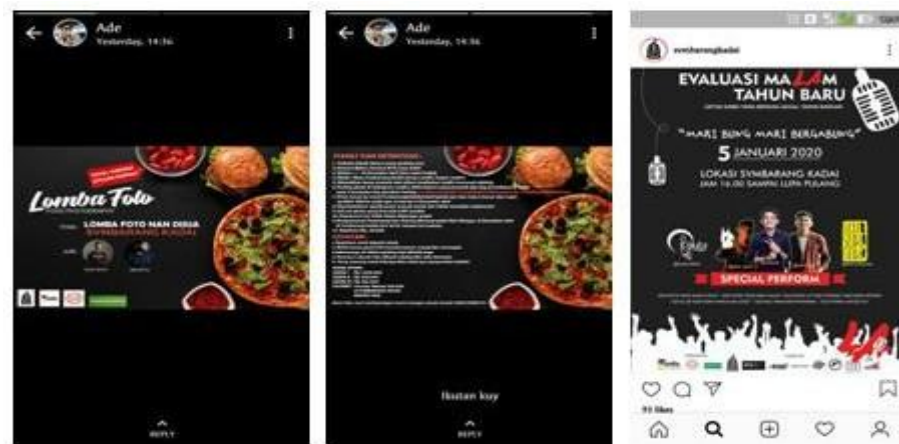
Kemajuan teknologi telah memberikan perubahan pada ruang komunikasi dan sosial di masyarakat. Saat ini, kita telah memiliki ruang sosial baru yaitu ruang sosial *virtual*. Keberadaan ruang sosial *virtual* telah mempermudah komunikasi di antara masyarakat meskipun dalam jarak yang sangat jauh. Keberadaan ruang sosial virtual tidak lantas menghilangkan ruang sosial nyata atau tatap muka. Keberadaan dua ruang sosial ini telah disadari oleh masyarakat di Kota Pariaman.

Ruang sosial baru ini tidak hanya dimanfaatkan untuk hiburan ataupun diskusi semata. Masyarakat yang cerdas telah memanfaatkan ruang sosial ini untuk mempromosikan usaha yang mereka miliki. Hal ini didapatkan dari hasil wawancara dengan informan YAP sebagai berikut,

“Saya punya kedai, satu kedai di pinggir pantai. Jadi media promosi yang kita pakai itu memang instagram dalam mempromosikan jenis makanan, jenis kegiatan disana atau apapun termasuk yang tidak begitu penting kita promosikan di sana. Nama kedainya “Sumbarang Kadai”. Itu tempat nongkrongnya anak-anak muda.” (YAP, 18 Januari 2020, Symbarang Kadai Kota Pariaman).

Dari hasil wawancara dengan informan YAP dapat diketahui bahwa masyarakat telah mulai cerdas dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi dan

komunikasi. Masyarakat dapat menggunakan media sosial yang mereka miliki untuk mempromosikan apapun yang mereka inginkan termasuk usaha yang mereka tekuni. Media sosial merupakan salah satu cara yang dinilai cukup ampuh untuk memperkenalkan usaha yang sedang ditekuni kepada orang lain. Hal ini dikarenakan media sosial dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Dengan memposting sesuatu yang baru, aneh ataupun menarik akan mencuri perhatian orang terhadap informasi yang dibuat di media tersebut, seperti yang diposting oleh informan YAP dalam akun media sosial instagramnya.



Gambar 5.2 Informasi Yang Dibagikan Informan Melalui Akun Instagramnya
Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Informan YAP tidak hanya membagikan informasi tentang makanan yang ia jual di kedainya. Informan YAP juga mengadakan kegiatan-kegiatan unik dan menarik perhatian generasi muda tentunya dengan menggunakan bahasa gaul dan *kekinian*. Informan juga mengadakan lomba foto yang berkaitan dengan menu makanan yang ia jual di kedainya “Svbarang Kadai”. Membuat sebuah perlombaan ataupun quiz dapat menjadi salah satu trik dalam upaya menarik perhatian konsumen. Para pengikut (*followers*) yang tertarik untuk mengikuti lomba tersebut tentunya akan datang ke Svbarang Kadai, mencicipi, memotret dan membeli makanan tersebut.

Tidak hanya untuk mempromosikan usaha, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat di Kota Pariaman untuk bisnis media.

“Selain fandi punya akun pribadi, fandi juga punya akun bisnis tapi yang bergerak di media juga, namanya info pariaman, yang memberikan informasi seputar Kota Pariaman. Apapun itu, karena semuanya bisa diinformasikan kan. Apakah itu tentang kejadian, destinasi wisata fandi upload juga.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

“Sudah tu untuak server dek abang. Abang kan punyo website... portal yo kan. Portal berita. Tergantung bana jo internet ko.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Selain itu untuk server bagi abang. Abang kan punya website...portal ya kan. Portal berita. Sangat bergantung dengan internet.)

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa kedua informan di atas telah memanfaatkan kemajuan teknologi untuk peluang usaha yaitu dengan membuat akun bisnis ataupun portal berita. Peluang usaha baru ini memanfaatkan internet. Jika dahulu bisnis media sangat bergantung dengan kertas dan mesin cetak, sekarang semua terasa lebih *simple* dan mudah. Cukup hanya dengan membuat berita dan menyebarkannya melalui website ataupun portal. Meskipun begitu, bisnis baru ini sangat mengandalkan internet. Internet sangatlah dibutuhkan ketika informasi atau berita diharapkan dapat dengan cepat disebarluaskan dan dibaca oleh masyarakat. Bisnis media *online* berkaitan erat dengan informasi yang akurat dan cepat. Bisnis media bersaing untuk cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi atau berita kepada khalayak.

Smart city menuntun masyarakat untuk terus berpartisipasi dalam kehidupan publik. Partisipasi dapat dilakukan secara konvensional atau langsung dan juga melalui dunia *virtual*, seperti yang dikemukakan oleh informan berikut;

“Jadi media sosial tu partamo, memantau perkembangan di kampung awak jo di rantau, kawan-kawan awak yo kan. Pokoknyo arus utama perkembangan informasi di sinan, di media sosial tu baik perkembangan politik.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Jadi media sosial itu pertama, memantau perkembangan di kampung kita dan di rantau, kawan-kawan kita ya kan. Pokoknya arus utama perkembangan informasi di sana di media sosial itu baik perkembangan politik.)

Masyarakat sangat peduli dengan segala perubahan yang terjadi di kampung halamannya. Hal itu dibuktikan dengan dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada pemerintah. Masyarakat mendukung dengan cara mengawasi perkembangan,

pembangunan dan perubahan yang ada di kampung halamannya. Tidak hanya pengawasan di bidang infrastruktur, masyarakat juga ikut memantau perkembangan politik terkait bursa calon kepala daerah, anggota legislatif serta kebijakan yang ada di Kota Pariaman. Masyarakat memanfaatkan media sosial untuk bersinergi dengan pemerintah dan masyarakat lainnya.

Masyarakat Kota Pariaman juga masih mempertahankan pola komunikasi langsung seperti berkumpul-kumpul dan diskusi.

“Biasanya kan pemuda sering duduk-duduk di kedai-kedai atau kafe-kafe, itu bukan hanya sekedar untuk menghabiskan waktu, tapi kami diskusi juga disitu. Nah kalau ditambah ada internet akan menjadi akses yang bagus juga kan. Jadi dalam diskusi itu, kami bisa cari bahan juga.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan FCP di atas dapat diketahui bahwa pemuda tidak selalu menghabiskan waktu mereka secara sia-sia yaitu dengan hanya duduk dan bercanda semata. Pemuda di Kota Pariaman seringkali duduk, berkumpul dan melakukan diskusi, berbagi informasi dan ilmu sehingga kegiatan mereka ini dapat bernilai dan menambah wawasan mereka. Pemerintah Kota Pariaman belum menyediakan akses Wifi id atau Wifi Corner di beberapa tempat, sehingga pemuda belum cukup leluasa untuk mengakses internet dengan cepat dan mudah. Padahal kehadiran internet sangatlah penting dalam setiap diskusi yang mereka lakukan. Internet tentunya akan sangat membantu mereka untuk mendapatkan informasi terupdate yang akan dijadikan sebagai bahan diskusi mereka.

Masyarakat juga telah memiliki pola pemikiran yang terbuka, seperti yang dikemukakan oleh informan YAP.

“Kalo untuk mencari menu-menu baru, internet ada tapi paling lebih ke tampilan. Tapi kalo lebih untuk ke rasa, lebih ke bentuk, lebih ke menu yang disajikan saya langsung ke toko-tokonya.” (YAP, 18 Januari 2020, Symbarang Kadai Kota Pariaman).

Dalam menjalankan usahanya, informan menggunakan internet untuk mendapatkan inspirasi berupa ide-ide dan tema-tema menu makanan yang akan ia jual di warung kulinernya. Informan mencoba mengikuti selera masyarakat saat ini atau selera kekinian dengan memperhatikan tampilan makanan yang banyak diminati

masyarakat saat ini. Meskipun begitu, informan YAP juga menambah wawasannya di bidang kuliner dengan mengunjungi berbagai toko atau gerai kuliner kekinian. Dengan mengunjungi gerai kuliner ini secara langsung, ia dapat mencicipi makanan tersebut dan mencoba mengolahnya sendiri. Hal ini perlu ia lakukan agar usaha kuliner yang ia miliki diminati banyak orang.

Tidak hanya usaha kuliner, seniman Pariaman juga telah menggunakan media youtube untuk mempromosikan album baru mereka seperti yang dikemukakan oleh informan BS berikut;

“Masalahnyo kalau untuak awak kini, kalau untuak penjualan kaset lah ndak ado lai doh gitu. Jadi ka youtube painyo lai gitu. Kalau manjua kaset, ndak ado urang mambali kini lai doh, lah agak payah kini. Urang langsung mancaliak di youtube je nye kan.” (BS, 18 Januari 2020, Symbarang Kadai Kota Pariaman).

(“Masalahnya untuk saya saat ini, penjualan kaset sudah tidak ada lagi. Jadi dengan youtube lagi caranya. Kalau menjual kaset, sudah tidak ada lagi orang yang mau beli, sudah agak susah. Orang langsung melihat di youtube saja”)

Informan BS menyadari bahwa telah banyaknya perubahan yang terjadi akibat kemajuan teknologi yang juga ikut mempengaruhi usaha di industri musik Minang. Jika dulu penjualan kaset dan CD laris manis di pasaran, namun kini sudah mulai ditinggalkan masyarakat. Sebagian masyarakat lebih suka menikmati musik ataupun video melalui channel youtube. Informan BS mencari trik-trik baru agar albumnya tetap laku di pasaran. Ia memilih menggunakan channel youtube dalam mempromosikan albumnya. Youtube akan membayarkan sejumlah uang dengan banyaknya jumlah like, share dan subscriber dari video yang ditampilkan.

Perkembangan teknologi dan persaingan yang cukup ketat dalam dunia usaha juga telah memaksa masyarakat untuk semakin kreatif. Meskipun Pemerintah Kota Pariaman telah merenovasi dan memperbaiki infrastruktur di tempat-tempat wisata yang ada di Kota Pariaman, masyarakat juga tidak mau tinggal diam. Mereka ikut membantu mempercantik tempat wisata di Kota Pariaman dengan melakukan inovasi melalui kreatifitas yang mereka miliki. Hal ini peneliti temukan melalui observasi yang telah peneliti lakukan di berbagai tempat wisata di Kota Pariaman seperti gambar berikut ini;



Gambar 5.3 Bentuk kreatifitas masyarakat di Pantai Cermin dan Talao Pauh Kota Pariaman
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Gambar di atas memperlihatkan bentuk kreatifitas masyarakat Kota Pariaman. Masyarakat ikut serta membangun Kota Pariaman dari aspek pariwisata seperti ikut serta menata taman kota dengan menambahkan beberapa pernak-pernik yang menarik dan bagus untuk tempat berfoto bagi para pengunjung. Masyarakat juga mampu menangkap peluang baru dengan menyediakan bebek-bebek yang bisa dinaiki oleh para wisatawan terutama anak-anak dan remaja. Aktifitas yang mereka lakukan ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman juga akan berdampak pada pertumbuhan perekonomian di kota tersebut.

Kontribusi dan dukungan dari masyarakat Kota Pariaman kepada pemerintah tidak hanya dalam bentuk menata taman dan tempat wisata, akan tetapi juga dalam bentuk promosi Kota Pariaman ke masyarakat luar seperti yang dikemukakan oleh informan FCP pada 12 Januari 2020.

“Kalau kontribusi besar tentu karena Fandi sebagai pemuda, Fandi kan menggunakan media sosial. Jadi apapun yang ada tentang Pariaman, Fandi share, Fandi coba share. Fandi ingin orang-orang di luar Kota Pariaman datang ke Pariaman, gitu. Ya alatnya tentu kita gunakan hanya media sosial. Kita bukan sebagai pengambil kebijakan.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Meskipun posisinya hanya sebagai masyarakat yang tidak memiliki kebijakan untuk melakukan sesuatu yang lebih, informan FCP tidak mau berputus asa dan pesimis

dalam upaya mendukung konsep *smart city* agar dapat terwujud di Kota Pariaman. Salah satu upaya yang ia lakukan adalah dengan memperkenalkan Kota Pariaman ke masyarakat luar melalui akun media sosial pribadinya. Hal ini memperlihatkan kemauan yang kuat serta pemikiran yang terbuka dan fleksibel dalam mengikuti perkembangan zaman. Sikap yang terbuka dan fleksibel ini juga dinyatakan oleh informan OLP sebagai berikut;

“Informasi itu abang dapek dari media sosial yang privat misalnya kan kayak telegram, kayak apo...kayak WA. Abang kan punyo anggota di lapangan. Beko inyo maagiah tahu beko tu. Dari sinan tu abang meeting. Rapek redaksi di WA senyo di grup. Misalno maarahkan wartawan, kasinan, kaja itu. Misalno, iko isu... abang caliak isu yang berkembang kini iko. Beko dari... via online itu abang maarahan. Yo rapek redaksi pindah ka online jadi nyo.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Informasi itu abang dapatkan dari media sosial yang privat misalnya telegram, seperti WA. Abang kan punya anggota di lapangan. Nanti ia yang memberitahu. Dari informasi itu abang mengadakan rapat. Rapat redaksi di WA grup saja. Misalnya mengarahkan wartawan, pergi ke sana, kejar itu. Misalnya, ini isu... abang lihat isu yang berkembang saat ini. Nanti dari... via online itu abang mengarahkan. Ya rapat redaksi pindah ke online.”)

Informan OLP sebagai seorang pimpinan dari sebuah portal berita telah mencoba fleksibel dalam artian tidak terikat pada pola-pola lama dimana rapat harus berlangsung secara tatap muka. Dalam melakukan aktifitasnya sebagai seorang wartawan dan pemilik media online, informan OLP seringkali menggunakan media sosial dalam mengarahkan anggotanya untuk mendapatkan informasi yang kemudian dikemas menjadi sebuah berita.

Masyarakat Kota Pariaman memiliki keinginan untuk terus belajar seperti yang dikemukakan oleh beberapa informan berikut.

“Saya menggunakan internet untuk komunikasi, pertama komunikasi, kedua browsing, ketiga cari-cari bahan, ya macam-macam lah, bahan-bahan edukasi lah.” (YAP, 18 Januari 2020, Symbarang Kadai Kota Pariaman).

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa informan menggunakan internet untuk sarana komunikasi, mencari informasi dan menambah wawasan yang bermanfaat dalam kehidupannya sehari-hari. Informasi yang hampir sama juga dikemukakan oleh informan FCP sebagai berikut,

“Saya menggunakan internet untuk bermedia sosial, mencari informasi, browsing, youtube, instagram. Kalau di website saya sering mencari informasi tentang politik, ya baca-baca berita seperti detik.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Informan FCP menggunakan internet untuk bermedia sosial seperti youtube dan instagram. Informan FCP cenderung menggunakan youtube dan instagram untuk membagikan informasi tentang Kota Pariaman dan hal-hal lainnya. Informan FCP juga menggunakan internet sebagai sarana untuk mendapatkan informasi khususnya politik. Kesukaan informan pada dunia politik membuat ia sering menghabiskan waktu dengan membaca berita-berita yang berkaitan dengan politik.

Lain halnya dengan informan R yang memanfaatkan internet untuk menambah wawasan dalam bidang pertanian, seperti kutipan wawancara berikut ini:

“Ado diajaan dek pembimbing. Tapi sabalum itu saketek banyak e awak lah memahami juo, istilah e dengan tambahan-tambahan itulah semakin mantap, dari internet, tambah lo pengalaman-pengalaman lain, tambah lo ceramah dari kawan-kawan lain yang alah dulu malakuan pado awak.” (R, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Ada beberapa yang diajarkan oleh pembimbing. Tapi sebelum diajarkan, sedikit banyak saya juga telah memahami, istilahnya dengan tambahan ilmu itulah semakin mantap, dari internet, ditambah dengan pengalaman-pengalaman lain, tambah lagi dengan cerita dari kawan-kawan saya yang telah lebih dulu melaksanakannya.”)

Berdasarkan transkrip wawancara dengan informan R di atas dapat diketahui bahwa informan menggunakan internet untuk mendapatkan informasi dan menambah wawasannya. Sehubungan dengan pekerjaannya sebagai ketua gabungan kelompok tani yang juga harus mengelola bibit, informan menggunakan internet untuk menambah pengetahuannya tentang pertanian dan pengelolaan bibit sebelum diajarkan oleh pembimbing dan penyuluh pertanian. Meskipun internet dapat digunakan untuk menambah wawasannya tentang pertanian, informan juga melakukan komunikasi langsung dengan teman-temannya seprofesi terkait usaha yang sedang ia lakukan.

Meskipun begitu informan R mengakui bahwa ia belum sepenuhnya menerapkan pengetahuan yang ia dapatkan melalui internet tersebut dalam usahanya, seperti yang ia kemukakan pada 26 Desember 2019,

“Kan yang diutamakan kan dari pembimbing. Mako diutamakan dari pembimbing, jan sampai awak disalahkan. Kalau di internet kan ilusi awak sendiri, jangan-jangan ado salah satu trik yang salah. Itu yang awak takuik an. Kalau melalui pembimbing, awak ndak bisa disalahkan doh dan awak ndak lo nio disalahkan doh karano awak dibawah pembinaan.” (R, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Kan yang diutamakan kan dari pembimbing. Maka diutamakan dari pembimbing, supaya jangan sampai kita disalahkan. Kalau di internet kan ilusi kita sendiri, jangan-jangan ada salah satu trik yang salah. Itu yang kita takutkan. Kalau melalui pembimbing, kita tidak bisa disalahkan dan kita juga tidak mau disalahkan karena kita dibawah pembinaan.)

Transkrip wawancara di atas memperlihatkan bahwa ada semacam ketakutan dari masyarakat untuk mencoba inovasi baru tanpa bimbingan dari penyuluh pertanian secara langsung. Tidak adanya keinginan dari sekelompok masyarakat untuk mencoba trik-trik baru khususnya dalam bidang pertanian seperti yang mereka lihat di internet sebelum mendapatkan bimbingan dari penyuluh. Hal ini disebabkan karena adanya ketidakpercayaan dan ketakutan untuk gagal atau tidak berhasil.

Pemerintah melalui penyuluh pertanian telah mendorong para petani untuk menggunakan internet dalam upaya menambah wawasan di bidang pertanian namun belum mengedukasi dan mendorong mereka untuk mencoba dulu sebelum diberikan bimbingan atau penyuluhan. Selain itu, pemerintah juga tidak memberikan motivasi dan perlindungan kepada masyarakat terhadap kegagalan mereka baik secara mental maupun finansial. Dukungan dari pemerintah merupakan salah satu faktor penting yang mendorong para petani untuk terus berusaha meskipun mereka gagal.

Masyarakat Kota Pariaman juga menyadari bahwa smart city tidak bertentangan dengan budaya masyarakat sehingga konsep smart city dapat diterapkan di Kota Pariaman.

“Budayapun bisa di smart city an. Smart city tu kan tool. Pisau kalau dibaok mangubak bawang, sagalo macam tu bagunonyo. Apapun hal nyo segala yang dipergunakan ke positif itu bagus. Bausaho masyarakaik awak kan, bagabuang nyo dengan... o dengan go food misalnyo kan. Itu menguntungkan baginyo. Misalnyo inyo punyo tampek wisata misalnyo ataunyo sektor jasa. Jadi itu sangat menguntungkan.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Budayapun bisa di smart city kan. Smart city itu kan tool. Pisau kalau dibawa mengupas bawang, segala macam itu pasti berguna. Apapun halnya segala yang dipergunakan ke arah positif itu bagus. Berusaha masyarakat kita kan, bergabung mereka dengan go food misalnya kan. Itu menguntungkan bagi

mereka. Misalnya mereka punya tempat wisata misalnya atau sektor jasa. Jadi itu sangat menguntungkan.)

Informan OLP juga menyadari bahwa *smart city* tidak bertentangan dengan budaya masyarakat di Minangkabau. Masyarakat minangkabau khususnya masyarakat Pariaman adalah tipe pedagang yang gigih. Nilai-nilai keinginan untuk berusaha dan gigih telah ada sejak dahulu. *Smart city* semakin mempermudah usaha masyarakat tersebut seperti yang dikemukakan oleh informan di atas. Masyarakat yang memiliki usaha-usaha seperti kuliner ataupun sektor jasa dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dengan bergabung di berbagai aplikasi jual beli untuk mendapatkan keuntungan lebih selain ia berjualan secara manual.

Makna *Smart City* oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman

Smart city adalah sebuah konsep pengelolaan daerah yang menyeluruh dan utuh dimana melibatkan semua komponen yang ada pada daerah tersebut. Hal ini dikemukakan oleh informan YS berikut ini,

“Ada enam aspek atau dimensi yang harus dicapai sehingga suatu daerah atau suatu kota itu bisa disebut sebagai kota yang smart atau kota yang cerdas. Nah, kalau untuk aspek dan dimensi itu kan bermacam-macam, tapi kan awak mengacu ke dimensi yang dikeluarkan oleh kementerian dalam negeri sajolah. Kan ado enam aspek tu smart peoplenyo, smart govermentnyo, smart living, smart branding, smart economy, terus smart environment.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

ASN pada Dinas Kominfo Kota Pariaman menyadari bahwa smart city terdiri dari beberapa dimensi yang harus dicapai. Untuk menciptakan sebuah kota yang cerdas dibutuhkan lingkungan, kehidupan, ekonomi, merek, pemerintah dan masyarakat yang cerdas juga. Meskipun begitu, mereka tidak memaknai *smart city* dengan penggabungan dari enam dimensi tersebut. Mereka memahami konsep smart city dengan bahasa yang lebih sederhana yang kemudian juga dibagikan dan dimaknai oleh masyarakat dengan makna yang sama.

Berdasarkan hasil reduksi data yang telah dilakukan terdapat beragam makna *smart city* yang dipahami oleh pemerintah dan masyarakat di Kota Pariaman. *Smart city*

dimaknai oleh pemerintah dan masyarakat sebagai perubahan, kemudahan, kreatifitas, pemanfaatan teknologi, efektifitas dan harapan.

5.1.3.2.1 Smart city Dimaknai sebagai Sebuah Perubahan dalam Pemerintahan dan Pengelolaan Daerah

Perkembangan zaman yang begitu pesat memberikan berbagai bentuk perubahan dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Berbagai bentuk perubahan ini dapat ditemukan dalam berkomunikasi, administrasi dan pengelolaan daerah. Dalam beberapa tahun terakhir, konsep pengelolaan daerah telah beralih ke konsep *smart city*.

Pemerintah Kota Pariaman juga mengadopsi konsep *smart city* ini dengan mengusung merek Pariaman *Smart City*. *Smart city* dimaknai oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman sebagai perubahan atau pembaharuan dalam pelaksanaan administrasi pemerintahan, seperti yang dikemukakan oleh informan YS berikut ini,

“Intinyakan menuju ke kehidupan yang lebih baik. Contoh penggunaan kertas. Yang salamo ko paperbase, bagaimana sih caranya beralih ke paperless, kan gitu. Di kantor kita kan sudah menggunakan aplikasi Simaya dalam proses surat menyurat. Surat yang telah dibuat oleh bawahan dikoreksi oleh atasan lewat Simaya. Kalau udah oke baru diprint untuk dijadikan arsip aja.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

(“Intinyakan menuju ke kehidupan yang lebih baik. Contoh penggunaan kertas. Yang selama ini paperbase, bagaimana sih caranya beralih ke paperless, kan gitu. Di kantor kita kan sudah menggunakan aplikasi Simaya dalam proses surat menyurat.. Surat yang telah dibuat oleh bawahan dikoreksi oleh atasan lewat Simaya. Kalau udah oke baru diprint untuk dijadikan arsip saja.”)

Perubahan telah dimulai oleh pemerintah Kota Pariaman dalam hal proses surat menyurat dalam instansi pemerintah. Jika dulu, bawahan biasa menghabiskan cukup banyak kertas dan waktu untuk membuat sebuah surat. Surat yang telah dibuat bawahan dikoreksi atasan, kemudian dibuat lagi yang baru dan seterusnya sehingga surat yang dibuat telah benar-benar disetujui oleh atasan. Kadang kala, satu buah surat dapat dibuat dalam dua atau tiga hari dikarenakan tidak adanya atasan di kantor atau atasan sedang dinas luar daerah. Cara-cara konvensional ini telah menghabiskan cukup banyak kertas, waktu dan tidak lagi sesuai dengan perkembangan zaman yang serba cepat.

Tidak hanya perubahan dalam administrasi pemerintahan, tingginya minat wisatawan untuk mengunjungi pantai dalam beberapa tahun terakhir juga telah membuka mata Pemerintah Kota Pariaman untuk melakukan perubahan dalam pengelolaan daerah. Pemerintah Kota Pariaman membangun, membenahi dan menggali potensi wisata di Kota Pariaman dengan lebih baik.

“Awak daerah yang baru dalam tanda petik baru limo tahun ko baru dilirik urang. Istilahnyo pariwisata awak, era Mukhlis Genius, waktu Genius jadi wakil, itu baru nampak dek urang baa Pariaman. Dulu Pariaman ko ma ado urang singgah mode ko. Ndak ado doh. Kini ko pariaman sedang menuju bentuk ideal e. Bentuk idealnyo dengan pembangunan-pembangunannyo, dengan inovasi-inovasinyo, nyo akan menuju bentuk ideal bagi Kota Pariaman itu sendiri.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Kita daerah yang baru dalam tanda petik baru lima tahun ini baru dilirik orang. Istilahnya pariwisata kita, era Mukhlis Genius, pada waktu Genius jadi wakil walikota, itu baru dikenal orang bagaimana Pariaman ini. Dulu Pariaman mana ada orang yang singgah seperti ini. Tidak ada. Sekarang Pariaman sedang menuju bentuk idealnya. Bentuk idealnya dengan pembangunan-pembangunannya, dengan inovasi-inovasinya, ini akan menuju bentuk ideal bagi Kota Pariaman itu sendiri.”)

Kehadiran wakil walikota Pariaman yang masih tergolong muda menjadi pendorong terwujudnya berbagai perubahan di Kota Pariaman. Dengan banyaknya pembenahan yang ia dan walikota lakukan telah menarik minat wisatawan untuk datang ke Kota Pariaman. Pulau-pulau di Kota Pariaman yang dulu tidak terawat kini telah berubah menjadi tempat wisata dengan ciri khas mereka masing. Pulau Angso Duo dijadikan sebagai kawasan wisata keluarga dan wisata religius. Di Pulau Angso Duo terdapat sebuah kuburan panjang yang diyakini masyarakat sebagai kuburan salah satu syech yang pertama kali datang ke Pariaman dan menyebarkan agama islam di Pariaman. Di pulau ini juga terdapat sebuah surau tua yang kemudian direnovasi agar layak dipergunakan untuk shalat bagi para pengunjung. Surau ini bernama surau Katik Sangko nama salah seorang pengawal Syech Burhanuddin.

Pulau Kasiak dijadikan sebagai kawasan konservasi, penelitian tentang dunia bawah laut serta tempat wisata minat khusus seperti diving dan snorkeling. Di kawasan ini berbagai jenis ikan hias dan terumbu karang dilindungi. Pulau Ujung dan Pulau Tengah dijadikan sebagai tempat wisata lingkungan atau *ecotourism* dengan konsep

rumah burung dan habitat tanaman yang masih sangat banyak dan dipelihara dengan baik. Banyaknya tempat wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kota Pariaman dengan baik diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk berwisata ke Kota Pariaman.

Kota Pariaman yang dahulunya kurang dilirik dan dinikmati wisatawan. Hal inilah yang menumbuhkan keinginan dari pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman untuk menata kota dengan lebih baik melalui konsep *smart city*. Tidak hanya pemerintah, masyarakat sudah mulai merasakan banyak perubahan positif yang terjadi di Kota Pariaman sejak 3 tahun terakhir. Hal ini dikemukakan oleh informan BS pada 18 Januari 2020.

“Dalam 3 tahun belakangan ko sepanjang pantai ko alah barubah mah. Awak bisa mancaliak di siko, dari ujuang ka ujuang kan, alah ado, manjadi tampek wisata sado e. Kama nek e, bapoto urang. Kan itu tu. Caliaklah. Kalau dulu urang bakumpua je di sinan tu ha di pantai gandoriah. Yo lah barubah. Kalau dulu ko...batang aru e sado e ko nyo a. Kini alah barasiah, alah jadi tampek wisata. Dulu wc terpanjang kecek urang siko dulu.” (BS, 18 Januari 2020, Svbarang Kadai Kota Pariaman).

(“Dalam 3 tahun terakhir ini sepanjang pantai ini sudah berubah. Kita bisa melihat dari ujung ke ujung, semuanya sudah menjadi tempat wisata. Kemanapun pergi bisa menjadi tempat yang bagus untuk berfoto. Kalau dulu, orang berkumpul di Pantai Gandoriah saja. Sekarang sudah benar-benar berubah. Kalau dulu pohon pinus aja semuanya. Kini sudah bersih, sudah jadi tempat wisata. Dulu wc terpanjang kata orang di sini.”)

Perubahan yang terjadi di Kota Pariaman telah sangat dirasakan oleh sebagian besar masyarakat di Kota Pariaman. Perubahan yang dilakukan tidak hanya di bidang pemerintahan, akan tetapi juga dalam perbaikan infrastruktur pariwisata dan lingkungan. Dahulu Kota Pariaman tidaklah seramai saat sekarang ini meskipun dianugerahi dengan pantai yang cukup panjang dan beberapa pulau kecil sebagai tempat wisata. Kondisi pantai dan pulau-pulau yang kurang terawat dan tidak menarik untuk disinggahi serta banyaknya sampah pohon pinus yang berjatuhan di pinggir pantai, membuat wisatawan kurang berminat untuk datang ke Kota Pariaman. Hal inilah yang mendorong pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman untuk berbenah dan menjadikan Kota Pariaman sebagai tempat yang menarik untuk dikunjungi. Citra Kota Pariaman yang dulu negatif telah berubah menjadi positif. Dengan penataan dan pengelolaan kota yang baik, segala perubahan positif yang dibuat telah dapat dinikmati tidak hanya oleh pemerintah namun juga masyarakat.

“Pemerintahnyo, baanyo... sarana dan prasarannyo dilengkapi, keamanan, sagalo macam. Sajauah ko Pariaman tampek wisata yang aman. Setelah itu tu yo... kekurangannyo tantu adoh. Beberapa spot-spot di Pariaman ko alun...awam...alun dikenal. Alun ado yang terintegrasi aplikasinyo lai. Seharusnyo ado aplikasi yang khusus untuak destinasi wisata Kota Pariaman ko.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Pemerintahnya, sarana dan prasarannya dilengkapi, keamanan, segala macam. Sejauh ini Pariaman adalah tempat wisata yang aman. Setelah itu... kekurangannya tentu ada. Beberapa spot-spot di Pariaman ini belum dikenal. Belum ada yang terintegrasi aplikasinya. Seharusnya ada aplikasi yang khusus untuk destinasi wisata Kota Pariaman ini.”)

Pada kenyataannya Pemerintah Kota Pariaman telah membangun dan melengkapi semua sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk membuat daerahnya aman dan nyaman untuk dikunjungi dan ditinggali. Pemerintah Kota Pariaman juga telah melakukan berbagai perbaikan di bidang pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu potensi unggulan di Kota Pariaman. Hal ini dikarenakan faktor geografis Kota Pariaman yang memiliki garis pantai yang cukup panjang dimana di sebelah barat daerah tersebut berbatasan langsung dengan lautan. Meskipun telah banyak perubahan dan perbaikan yang dilakukan di bidang pariwisata, pariwisata Kota Pariaman masih memiliki beberapa kekurangan yang harus dibenahi bersama oleh masyarakat dan pemerintah Kota Pariaman. Masyarakat mengharapkan adanya sebuah aplikasi yang mencakup semua hal yang berkaitan dengan pariwisata Kota Pariaman baik tentang tempat-tempata wisata dan cara mencapainya. Aplikasi ini tentunya tidak hanya akan sangat membantu wisatawan yang ingin berkunjung ke Kota Pariaman, namun juga masyarakat dan pemerintah Kota Pariaman itu sendiri.

Pembaharuan atau perubahan juga telah dilakukan Pemerintah Kota Pariaman dalam bidang pelayanan dengan tujuan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Hal ini dikemukakan oleh informan SA pada 23 Desember 2019 sebagai berikut,

“Yang jelas adalah bagaimana Pemerintah Kota Pariaman bisa memberikan pelayanan yang baik dan terkendali dengan baik. Jadi konsep smart city bukan hanya berbicara teknologi informasi tapi berbicara bagaimana melayani masyarakat secara baik dan cerdas.” (SA, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa informan yang merupakan salah seorang pegawai pemerintah menghubungkan konsep *smart city* dengan sebuah pelayanan yang baik dan cerdas kepada masyarakat. Pemerintah Kota Pariaman sendiri telah membuat banyak aplikasi yang ditujukan kepada masyarakat seperti perizinan dan surat-surat kependudukan. Pembuatan aplikasi ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang baik dan cerdas dari pemerintah kepada masyarakat dan juga salah satu upaya untuk mewujudkan konsep *smart city* melalui *smart government*.

“Melalui konsep smart city itu akan dapat meningkatkan pelayanan publik kepada masyarakat dan meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemerintahan.” (DH, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Konsep *smart city* menegaskan adanya sebuah bentuk pelayanan kepada masyarakat yang lebih terkelola dengan baik dan cepat salah satunya pelayanan melalui aplikasi. Setiap permintaan atau permohonan layanan dari masyarakat akan tersimpan di dalam database. Permintaan tersebut akan diteruskan oleh admin kepada pimpinan dan pihak yang berwenang secara cepat tanpa harus menunggu kehadiran pimpinan di kantor. Permohonan layanan tersebut dapat ditindaklanjuti dalam waktu yang lebih singkat dan masyarakat juga tidak perlu susah payah ke kantor untuk mengisi formulir. Masyarakat cukup mengisi formulir melalui aplikasi dan menjemput hasilnya setelah adanya pemberitahuan melalui sms dan aplikasi.

“Jadi salah satu keunggulan aplikasi sampan ini adalah masyarakat bisa melaporkan kejadian-kejadian bencana yang ada di daerahnya, ya. Kemudian ditindaklanjuti secara online oleh badan penanggulangan bencana daerah. Begitu juga misalnya, kalau terjadi gempa bumi yang berpotensi tsunami maka akan ada peringatan yang keluar melalui aplikasi tersebut sehingga masyarakat bisa mengantisipasi supaya tidak terimbas bencana tersebut.” (DH, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Informan DH menyampaikan keuntungan aplikasi sampan yang telah ia buat bersama timnya di Dinas Kominfo. Aplikasi ini dapat menampung keluhan dan pengaduan masyarakat terkait bencana yang terjadi di daerah Kota Pariaman seperti kebakaran dan banjir. Aplikasi ini dibuat dengan dua bentuk program yaitu penanggulangan bencana melalui pengaduan dari masyarakat dan dari gejala alam

seperti gempa bumi. Ketika terjadi gempa, aplikasi akan langsung memberi tahu jika gempa tersebut berpotensi tsunami dan aplikasi akan memberitahukan jalur evakuasi terdekat.

Makna perubahan atau pembaharuan juga dapat ditemukan dari tindakan para informan dengan lingkungannya. Tidak hanya data wawancara dengan informan, peneliti juga telah melakukan observasi langsung dengan mengamati beberapa perubahan yang telah terjadi di Kota Pariaman berupa pantai yang dibuat lebih rapi, bagus untuk disinggahi dan instagramable bagi pengunjung yang suka berfoto.



Gambar 5.4 Pantai Gandoriah Yang Dibuat Lebih Menarik dan Instagramable
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Gambar di atas memperlihatkan perubahan yang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Pariaman. Kawasan pantai Pariaman yang dulu kelihatan biasa saja sekarang sudah dipercantik dengan menambahkan berbagai ornamen atau hiasan seperti plang merek yang menjelaskan tentang pantai tersebut. Kehadiran plang nama ini dibuat bukannya tanpa arti. Dengan adanya plang nama ini, para wisatawan yang pernah datang ke Kota Pariaman akan selalu mengingat tempat ini apalagi ketika mereka mengabadikannya melalui kamera atau video mereka. Plang nama ini secara tidak langsung juga merupakan salah satu upaya pemerintah Kota Pariaman dalam mempromosikan Kota Pariaman kepada masyarakat luar. Ketika para pengunjung memposting foto ataupun video mereka dengan latar belakang merek ini, secara tidak langsung mereka telah ikut mempromosikan Kota Pariaman.

Perubahan juga telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman pada kawasan Talao Pauh di Kecamatan Pariaman Tengah, seperti yang terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 5.5 Talao *Water Front City*, Wisata Pauh Yang Telah Direnovasi
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Jika dahulu Talao Pauh dikenal sebagai kawasan yang kumuh dan tidak terawat, sekarang Talao Pauh telah menjadi kawasan yang bersih, menarik dan bagus untuk dikunjungi. Renovasi Talao Pauh ini memberikan dampak positif bagi masyarakat di sekitar daerah tersebut. Masyarakat di daerah Pauh mulai mendapatkan peluang usaha baru yaitu sektor pariwisata. Dahulu sebagian besar profesi masyarakat di Pauh adalah nelayan dan ibu rumah tangga. Sekarang ibu-ibu rumah tangga di kawasan Pauh telah dapat membantu suaminya dalam memenuhi kebutuhan keluarga dengan berjualan di kawasan wisata tersebut.

***Smart city* Dimaknai sebagai Sebuah Pemanfaatan Teknologi dalam Mempermudah Aktifitas**

Konsep *smart city* sangat erat kaitannya dengan pemanfaatan teknologi dalam berbagai hal. Bagaimanapun juga, teknologi internet merupakan faktor penunjang terwujudnya konsep *smart city*. Memaknai *smart city* sebagai sebuah pemanfaatan teknologi dikemukakan oleh informan IR berikut ini,

“Karena memang konsep kota cerdas itu sebenarnya memanfaatkan teknologi untuk kemudahan dalam kehidupan.” (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, *smart city* atau kota cerdas dimaknai sebagai suatu konsep pemanfaatan teknologi. Perkembangan dan kemajuan teknologi seharusnya dapat dimanfaatkan oleh setiap orang untuk membantunya dalam kehidupan sehari-hari. Pemerintah Kota Pariaman telah melakukan berbagai upaya agar masyarakat dapat lebih dimudahkan dalam segala urusan terutama yang berkaitan dengan pemerintah. Jika dahulu masyarakat seringkali dihadapkan pada proses pengurusan yang berbelit-belit dan lama. Namun sekarang ini semua kendala tersebut telah dapat diatasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Smart city dimaknai sebagai kemudahan seperti yang dikemukakan oleh informan YS berikut ini;

“Kan intinyo subananya, a bagaimana caranya, maksudnya masyarakat itu kan lebih...apa... lebih dimudahkan dalam melakukan sesuatu. Dalam mencapai sesuatu. Kan gitu subananya kan konsep smart city.” (YS, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

(Kan inti sebenarnya, bagaimana caranya, maksudnya masyarakat itu kan lebih apa... lebih dimudahkan dalam melakukan sesuatu. Dalam mencapai sesuatu. Kan itu sebenarnya konsep smart city.)

Seperti yang dikemukakan oleh informan YS di atas, dengan adanya *smart city* masyarakat akan lebih dimudahkan dalam melakukan berbagai hal. Kemudahan ini dapat ditemukan dalam keseharian masyarakat Kota Pariaman, salah satu contohnya adalah kuliner. Pemilik usaha kuliner dapat dengan mudah mempromosikan usahanya kepada masyarakat hanya dengan menggunakan jaringan internet dan modal pertemanan di dunia *virtual*. Mereka tidak perlu menghabiskan banyak uang untuk pemasaran seperti membuat leaflet, brosur, spanduk atau promosi di radio dan televisi. Tidak hanya pemilik usaha kuliner, penikmat kuliner juga merasa dimudahkan dengan adanya bantuan teknologi seperti yang dikemukakan oleh informan OLP berikut ini,

“Contoh dari sisi apo se dulu... misalnya awak kini ko litak paruik di rumah, a pasang... bukak aplikasi go jek, pasan makanan.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Contoh dari sisi apa... misalnya sekarang kita merasa lapar di rumah, a pasang... bukak aplikasi go jek, pesan makanan.)

Kemajuan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Jika mereka merasa lapar dan membutuhkan makanan untuk dimakan, mereka cukup memesan makanan melalui aplikasi yang disediakan kemudian duduk manis menunggu pesanan datang ke tempat mereka. Dalam hal ini, teknologi tidak hanya memudahkan namun juga terkesan memanjakan masyarakat.

“Nah smart city itu sebenarnya kan tool aja. Alat untuk mempermudah. Kalau kita pengen cepat ya pakailah ini. Ya seperti itulah analoginya.” (IR, Senin, 23 Desember 2019, Kantor Dinas Kominfo Kota Pariaman)

Informan IR memaknai *smart city* sebagai sebuah alat untuk mempermudah siapapun juga dalam melakukan sesuatu. Informan IR menganalogikan konsep *smart city* seperti berkendara dengan kecepatan tinggi. Dengan memaknai *smart city* sebagai sebuah alat, individu dapat memilih akan menggunakan konsep *smart city* atau tidak. Jadi kalau ingin cepat dan dimudahkan dalam melakukan sesuatu terutama dalam hal pengelolaan daerah maka konsep *smart city* perlu untuk diterapkan.

Masyarakat Kota Pariaman telah memanfaatkan kemajuan teknologi tidak hanya untuk komunikasi namun juga untuk bisnis seperti mempromosikan usaha, bisnis online dan lagu-lagu yang mereka buat. Jenis usaha masyarakat yang bergerak di bidang media, khususnya media online, memanfaatkan internet sebagai server seperti yang dikemukakan oleh informan OLP pada 26 Desember 2019,

“Partamo untuk mencari-cari informasi. Kaduo balanjo online. Sudah tu untuak server dek abang. Abang kan punyo website... portal yo kan. Portal berita. Tergantung bana jo internet ko.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Pertama untuk mencari-cari informasi. Kedua belanja online. Setelah itu untuk server bagi abang. Abangkan punya website... portal ya kan. Portal berita. Sangat bergantung pada internet.”)

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa informan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menambah wawasannya dengan mencari berbagai informasi yang ia butuhkan, melakukan transaksi belanja secara online, dan menggunakannya sebagai server untuk portal media yang ia miliki. Keberadaan server menjadi bagian terpenting dalam industri media online terutama dalam hal *back up* data.

“Rapek redaksi di WA senyo di grup. Misalno maarahkan wartawan, kasinan, kaja itu. Misalno, iko isu... abang caliak isu yang berkembang kini iko. Beko dari... via online itu abang maarahan. Yo rapek redaksi pindah ka online jadi nyo.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(Rapat redaksi di WA grup saja. Misalnya mengarahkan wartawan, pergi ke sana, kejar itu. Misalnya, ini isu... abang lihat isu yang berkembang saat ini. Nanti dari... via online itu abang mengarahkan. Ya rapat redaksi pindah ke online.)

Dalam masalah komunikasi, masyarakat telah melakukan tindakan efektif terutama ketika saat-saat genting seperti yang dikemukakan oleh informan OLP di atas. Pekerjaannya yang bergerak di bidang informasi membutuhkan kecepatan dan ketepatan dalam memberikan informasi atau berita kepada khalayak. Ketika isu masih baru berupa desas desus, seorang pimpinan redaksi harus dengan cepat dapat menugaskan wartawan yang berada di lapangan untuk mencari tahu dan membuat berita sehingga dapat diupload dengan cepat pula.

Proses ini tidak perlu harus menunggu adanya rapat tatap muka di sebuah ruangan. Cukup dengan rapat via online, wartawan yang lihai dengan sigap dan cepat akan mencari tahu dan menggali informasi tersebut dengan lebih dalam sehingga menjadi sebuah berita yang layak dikonsumsi masyarakat. Para pembaca akan lebih perhatian dengan media khususnya media online yang mampu menyajikan berita dengan cepat dan tepat.

Smart city Dimaknai sebagai Sebuah Kreatifitas dalam Segala Bidang

Sebuah kota yang pintar tentunya juga memiliki pemerintah dan masyarakat yang pintar. Kreatif dan inovatif merupakan salah satu ciri pemerintah dan masyarakat pintar. *Smart city* dimaknai sebagai sebuah kreatifitas seperti yang diungkapkan oleh informan YAP pada 18 Januari 2020.

“Smart city itu, semua aspek itu melakukan kreatifitas dan semua aspek juga melakukan pekerjaannya dengan gampang dan itu dibantu oleh internet.” (YAP, 18 Januari 2020, Svmbarang Kadai Kota Pariaman).

Berdasarkan transkrip wawancara di atas dapat diketahui bahwa masyarakat mengartikan *smart city* sebagai sebuah kreatifitas. Untuk menjadikan sebuah kota sebagai sebuah kota cerdas, masyarakat dan pemerintahnya juga harus cerdas. Cerdas

dapat diartikan dalam hal berpikir dan bertindak secara cerdas. Masyarakat yang mampu berpikir dan bertindak kreatif dapat dikategorikan ke dalam masyarakat cerdas.

Bentuk kreatifitas yang dilakukan oleh masyarakat di Kota Pariaman salah satunya adalah dengan mendirikan sebuah sekolah untuk beruk atau monyet seperti gambar berikut ini,



Gambar 5.6 Masyarakat Kreatif Mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu *Baruak* (STIB) di Desa Apar Kota Pariaman
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Daerah Pariaman sangat terkenal dengan produksi kelapa dan *baruak* (monyet) yang ditugaskan untuk memetik kelapa tersebut. Dalam event tahunan Kota Pariaman, Pemerintah Kota Pariaman mengadakan lomba *baruak panjek karambia* (Monyet Panjat Pohon Kelapa). Event ini tidak hanya digemari oleh masyarakat dan wisatawan lokal. Wisatawan asing juga datang berkunjung dan melihat perlombaan ini. Tingkah polah monyet-monyet tersebut ketika berada di atas pohon kelapa seringkali membuat penonton tertawa, *gregetan* bahkan marah. Melihat antusiasnya wisatawan yang datang dan ingin melestarikan budaya panjat pohon kelapa di Pariaman, beberapa masyarakat Kota Pariaman berinisiatif untuk mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu *Baruak* (STIB). Di sekolah ini, monyet dilatih untuk memanjat pohon kelapa dengan cepat serta memilih dan mengambil buah kelapa yang sudah matang dengan sigap.

Bentuk kreatifitas lainnya juga dapat dilihat pada gambar berikut ini,



Gambar 5.7 Jembatan Warna-Warni di Pantai Gandoriah
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Gambar di atas memperlihatkan adanya suatu bentuk kreatifitas baik dari pemerintah dan masyarakat dalam upaya membuat kawasan pantai Gandoriah menjadi lebih menarik dan penuh warna. Warna-warni pada jembatan Gandoriah membuat tempat ini seringkali dijadikan pengunjung sebagai tempat untuk berswafoto ataupun berfoto ramai-ramai secara bergerombolan.

***Smart city* Dimaknai sebagai Efektifitas dalam Birokrasi Pemerintah**

Efektifitas menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pelaksanaan setiap kegiatan. *Smart city* juga dimaknai sebagai sebuah efektifitas oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman. Makna efektifitas dapat ditemukan dalam kegiatan komunikasi dalam bentuk rapat atau pertemuan secara *virtual*. seperti yang dikemukakan oleh informan OLP berikut ini,

Makna efektifitas tidak hanya didapatkan dalam kegiatan rapat atau pertemuan. Makna efektifitas juga didapatkan dalam proses pengaduan ataupun keluhan dari masyarakat kepada pemerintah. Hal ini diungkapkan oleh informan OLP pada 26 Desember 2019 lalu.

“Jadi dengan smart city, dengan perkembangan teknologi informasi, gap, jarak, yo kan antaro pemerintah dengan masyarakatnya sangat tipis bana. Contoh, ado misalno hal-hal yang patuik yang harus diketahui kalau dulu bajanjang-janjang, ka kapalo desa malapor dulu, di kapalo desa kadang indak sampai ka meja walikota doh. Kalau kini ko, cukuiknyo foto, inyo agiah caption, sudah tu nyo tauikan ka anu... nyo mention ka akun pribadi walikota atau ka instagramnyo atau ka facebooknyo. Tu alah bisa direspon langsung dek walikota. Walikota kan tingga parintah jo nyo.” (OLP, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Jadi dengan smart city, dengan perkembangan teknologi informasi, gap, jarak antara pemerintah dengan masyarakatnya sangat tipis. Contoh, misalnya ada hal-hal yang harus diketahui kalau dulu berjenjang, melapor dulu ke kepala desa, di kepala desa kadang tidak sampai ke meja walikota. Kalau sekarang, cukup difoto saja, diberi caption, setelah itu ditautkan atau mention ke akun pribadi walikota atau ke instagramnya atau ke facebooknya. Itu sudah bisa direspon langsung oleh walikota. Walikota kan tinggal perintah saja.”)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat diketahui bahwa informan OLP mengaitkan konsep *smart city* dengan perkembangan teknologi informasi. Pada dasarnya perkembangan teknologi informasi mencoba mendekatkan orang yang jauh dan menghilangkan batasan-batasan yang ada selama ini. Jika dahulu masyarakat yang melaporkan suatu kejadian harus melapor dulu kepada kepala desa. Setelah itu kepala desa melapor ke kecamatan. Dari kecamatan laporan dilanjutkan ke dinas yang terkait. Kadangkala respon yang diberikan oleh dinas yang terkait sangatlah lambat dengan berbagai alasan. Hal ini mengakibatkan keluhan atau laporan tersebut membutuhkan waktu yang agak lama untuk ditindaklanjuti, yang pada akhirnya membuat masyarakat malas untuk menyampaikan keluhan atau laporan.

Namun pada saat sekarang ini, masyarakat cukup melaporkan pengaduan melalui aplikasi ataupun media sosial yang kemudian *di-link* ke media sosial walikota seperti whats app, instagram dan facebook sehingga walikota dengan cepat dapat melihat dan memerintahkan dinas terkait untuk segera merespon laporan tersebut. Dalam hal ini batasan antara seorang masyarakat dengan seorang walikota sudah mulai tipis. Tidak ada lagi birokrasi yang panjang yang harus dilalui seorang warga dalam menyampaikan keluhannya kepada seorang kepala daerah.

***Smart city* Dimaknai sebagai Harapan untuk Masa Depan**

Pemerintah dan masyarakat di setiap daerah tentunya mengharapkan sebuah kemajuan dan keberhasilan untuk daerah mereka masing-masing. Konsep *smart city* diharapkan mampu membawa perubahan dan kemajuan bagi sebuah daerah. *Smart city* juga dimaknai sebagai sebuah harapan seperti yang dikemukakan oleh informan R berikut ini,

“Kota cerdas itu kan suatu harapan. Suatu harapan. Jadi kota cerdas, kalau memang awak tadi tu, seperti awak akan berbuat sesuatu kan dimulai dengan

niat. Niat tu kepingin wak tu cerdas. Tantu ado upaya-upaya untuak menuju cerdas tu.” (R, 26 Desember 2019, Kota Pariaman)

(“Kota cerdas itu adalah suatu harapan. Suatu harapan. Jadi kota cerdas, kalau memang kita, ketika kita akan berbuat sesuatu kan dimulai dengan niat. Niat tu ingin kita menjadi cerdas. Tentu ada upaya-upaya untuk menuju cerdas tersebut.”)

Dari kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa *smart city* merupakan sebuah harapan untuk sebuah kota di masa yang akan datang. Kedepannya, Kota Pariaman diharapkan akan menjadi kota yang lebih maju dari segala aspek baik lingkungan maupun manusianya. Untuk mewujudkan hal tersebut perlunya niat yang tulus, keinginan serta komitmen yang kuat dari pemerintah maupun masyarakatnya. Dengan semakin bagus dan tertatanya seluruh wilayah di Kota Pariaman terutama daerah wisata maka akan semakin ramai orang yang datang ke Kota Pariaman. Jika semakin banyak orang yang datang dan sektor wisata semakin meningkat, maka perekonomian masyarakat juga akan ikut naik. Semua hal ini pada akhirnya akan menjadikan kesejahteraan hidup masyarakat Kota Pariaman juga akan ikut meningkat. Kesejahteraan hidup dalam hal ini bukan hanya perekonomian akan tetapi juga kesehatan, sosial budaya dan lingkungan.

Makna yang sama juga dikemukakan oleh informan FCP sebagai berikut,

“Kapan lagi Pariaman bisa jadi kota yang pintar gitu. Karena walikota sekarang ini, bapak Genius sedang gencar-gencarnya menarik orang-orang pusat ke Kota Pariaman, gitu. Pokoknya semuanya terhubunglah gitu. Jadi dengan, kalau bahasa pak walikota the small city the big impact. Kota kecil yang dampaknya besar.” (FCP, 12 Januari 2020, Kota Pariaman)

Informan merupakan salah seorang pemuda Pariaman yang sangat berharap agar Kota Pariaman dapat menjadi sebuah kota yang pintar. Meskipun luas wilayah Kota Pariaman kecil, tidak menutup kemungkinan suatu saat nanti Kota Pariaman bisa menjadi sebuah kota maju dimana pemerintah dan masyarakatnya merasa aman dan sejahtera. Semua harapan ini tentunya akan dapat terwujud jika pemerintah dan masyarakat memahami apa yang ingin dicapai, bagaimana cara mencapainya dan komitmen yang kuat antara pemerintah dan seluruh stakeholder lainnya yang ada di Kota Pariaman.

Pembahasan

Bentuk Komunikasi Pemerintah Dalam Mengedukasi Masyarakat Kota Pariaman Menuju *Smart People*

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan. Dinas Kominfo Kota Pariaman sebagai leading sektor pelaksanaan konsep *smart city* di Kota Pariaman bertanggung jawab dalam memperkenalkan serta mengedukasi masyarakat dan ASN di lingkungan Pemerintah Kota Pariaman tentang konsep *smart city*.

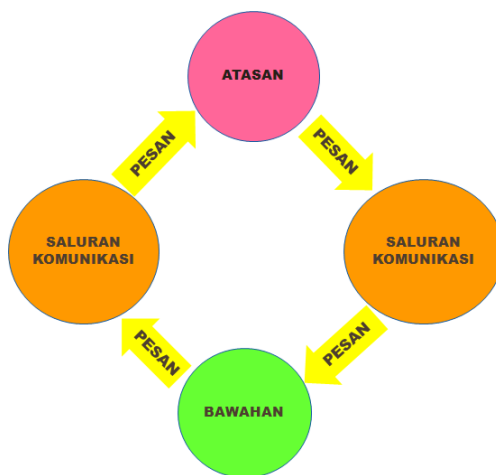
Bentuk Komunikasi Dinas Kominfo dalam Lingkungan Internal

Komunikasi atau diskusi tentang *smart city* terus berlangsung di antara sesama pegawai di lingkungan Dinas kominfo baik dalam bentuk diskusi santai ataupun rapat resmi kedinasan. *Smart city* merupakan sebuah konsep pengelolaan kota yang terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, diskusi sering dilakukan di lingkungan Dinas Kominfo sendiri dalam upaya penerapan Pariaman *Smart City*. Setiap anggota diskusi baik atasan maupun bawahan dapat membagikan pengalaman mereka serta memberikan masukan terkait penerapan konsep *smart city* ini di Kota Pariaman.

Aktifitas berbagi pengalaman dan masukan tentang konsep smart city dalam lingkungan Dinas Kominfo pada akhirnya menghasilkan sebuah pemahaman yang serupa yang dimiliki oleh atasan dan bawahan tentang konsep smart city di Kota Pariaman. Kondisi ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Tubbs dan Moss (2005) dimana komunikasi merupakan sebuah proses yang meliputi pengiriman pesan dari sistem saraf seseorang kepada sistem saraf orang lain, dengan maksud untuk menghasilkan sebuah makna yang serupa dengan yang ada dalam pikiran si pengirim.

Dalam kegiatan-kegiatan rapat dan diskusi yang telah mereka lakukan dapat diketahui bahwa Dinas Kominfo telah menyelenggarakan proses komunikasi formal. Aktivitas komunikasi formal ini sesuai dengan yang dikemukakan Mulyana (dalam Sulaiman, 2013; 177) dimana komunikasi dilakukan berdasarkan struktur organisasi seperti komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horisontal. Dalam proses komunikasi formal yang dilakukan oleh Dinas Kominfo, setiap peserta diskusi

atau rapat dapat memberikan masukan dan saran untuk kemajuan dan pengembangan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Dapat disimpulkan bahwa dalam proses komunikasi ini, setiap orang bisa berfungsi sebagai komunikator sekaligus sebagai komunikan. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5.8 Proses Komunikasi Internal Dinas Kominfo tentang Konsep *Smart City*
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Bentuk Komunikasi Dinas Kominfo dalam lingkungan eksternal

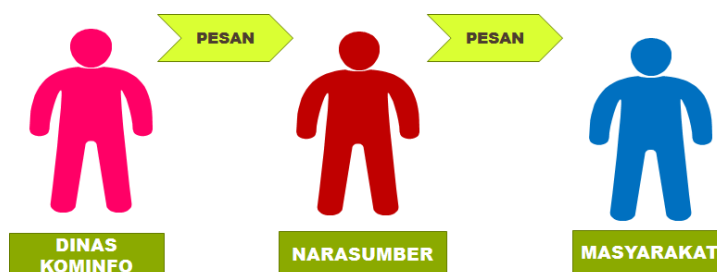
Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan. Dinas Kominfo Kota Pariaman sebagai komunikator telah menyampaikan konsep *smart city* ini kepada ASN dan masyarakat melalui saluran komunikasi berupa pertemuan, sosialisasi maupun bimbingan teknis. Suryanto (2015: 185) menyatakan bahwa media pertemuan dan seminar merupakan salah satu bentuk media komunikasi internal. Media komunikasi internal dimaknai sebagai sebuah media atau sarana yang dipergunakan untuk memberikan atau menerima informasi di kalangan publik internal dan tidak bersifat komersil. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa media pertemuan seperti sosialisasi ataupun bimbingan teknis tidak hanya berlaku untuk kalangan publik internal saja namun dapat juga dilakukan pada publik eksternal contohnya masyarakat.

Proses pengenalan dan edukasi *smart city* yang dilakukan melalui kegiatan sosialisasi ataupun bimbingan teknis ini menghadirkan narasumber ahli dan juga narasumber dari berbagai daerah yang telah sukses menerapkan konsep *smart city*.

Masyarakat dan ASN mulai menyadari betapa pentingnya konsep ini diterapkan di Kota Pariaman. Hal ini terlihat dari keseriusan mereka dalam mengikuti acara tersebut.

Kondisi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ruben & Stewart bahwa kredibilitas dan kewibawaan dari para komunikator ini akan sangat memengaruhi proses penerimaan pesan atau informasi termasuk melibatkan dan mengubah pesan ke dalam suatu bentuk yang dapat digunakan untuk memandu perilaku mereka (Ruben & Stewart, 2013; 127). Setiap orang cenderung untuk memerhatikan dan menyimpan informasi dari sumber-sumber yang ia yakini berpengalaman dan memiliki pengetahuan.

Proses komunikasi yang dilakukan melalui seminar, sosialisasi dan bimbingan teknis ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5.9 Pengalaman Komunikasi Dinas Kominfo dalam Kegiatan Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Terkait Konsep *Smart City*
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Tidak hanya melakukan komunikasi formal, Dinas Kominfo juga telah melakukan komunikasi informal dalam rangka memperkenalkan konsep *smart city* ini kepada masyarakat di Kota Pariaman. Komunikasi informal dijelaskan DeVito (dalam Sulaiman, 2013; 177) sebagai sebuah komunikasi yang disetujui secara sosial yang orientasinya lebih pada individu bukan pada organisasinya. Dinas kominfo telah mengundang tokoh-tokoh masyarakat dalam kegiatan sosialisasi Pariaman *Smart City*. Hal ini dilatarbelakangi oleh keberadaan tokoh masyarakat sebagai orang yang disegani dan dihargai di tengah masyarakat. Sebagai orang yang disegani tentunya apa yang diinformasikan oleh tokoh masyarakat tersebut akan didengar oleh masyarakat di desanya.

Proses sosialisasi ini belum mampu mengedukasi para tokoh masyarakat tentang konsep smart city. Pemahaman mereka yang masih sedikit tentang konsep smart city menjadi penghalang mereka untuk menyampaikan kepada masyarakat lainnya. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Pariaman seharusnya mengundang para tokoh masyarakat tidak hanya dalam satu kali pertemuan. Perlu beberap kali pertemuan antara pemerintah dengan tokoh-tokoh masyarakat ini tentang konsep smart city. Hal ini dikarenakan konsep smart city adalah sebuah konsep pengelolaan daerah yang menyeluruh dan mencakup berbagai dimensi seperti pemerintahan, lingkungan, kehidupan, pariwisata, ekonomi, mobilitas dan masyarakatnya. Jadi tidaklah sesuai jika membahas konsep smart city dengan dimensinya yang cukup banyak tersebut dalam satu kali pertemuan. Tindakan memberikan pemahaman dan merubah *mindset* masyarakat tentang sebuah konsep tidaklah mudah. Selain itu, tokoh-tokoh masyarakat yang diundang juga memiliki latar belakang usia dan pendidikan yang berbeda-beda. Latar belakang yang berbeda akan mempengaruhi kemampuan mereka dalam merespon sebuah pesan.

Dinas kominfo juga telah menindaklanjuti dengan turun langsung ke masyarakat dan melakukan diskusi santai dengan masyarakat. Hal ini merupakan salah satu pendekatan untuk mencari tahu sampai sejauh mana pemahaman mereka tentang konsep *smart city*. Dalam mencari tahu dan mengedukasi masyarakat tentang konsep *smart city*, pemerintah Kota Pariaman juga melakukan komunikasi verbal secara langsung. Hal ini terlihat ketika beberapa orang pegawai pada Dinas Kominfo Kota Pariaman secara langsung menjelaskan tentang konsep *smart city* kepada masyarakat yang berkumpul-kumpul di warung-warung. Dalam proses komunikasi tersebut, mereka dapat menangkap reaksi masyarakat yang menolak penerapan konsep *smart city* ini di Kota Pariaman. Penolakan terjadi karena kesalahan masyarakat dalam memahami konsep smart city tersebut. Pegawai Dinas Kominfo memahami alasan masyarakat menolak penerapan konsep smart city di Kota Pariaman. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan oleh pegawai Dinas Kominfo tersebut merupakan sebuah proses yang melaluinya mereka dapat memahami masyarakat dan pada gilirannya berusaha untuk dipahami masyarakat seperti yang dikemukakan oleh Martin P. Anderson (dalam As, 2009: 14). Dalam proses komunikasi yang dilakukan secara langsung membantu pemerintah melihat respon masyarakat terhadap pesan yang mereka sampaikan. Kondisi

ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mulyana (2015; 81) bahwa komunikasi antara orang-orang secara tatap muka memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal.

Sebagian besar masyarakat menganggap *smart city* adalah penggunaan internet dan aplikasi sehingga masyarakat lebih bersikap protektif dan cenderung menolak penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Hal ini dikarenakan penggunaan internet telah menimbulkan efek negatif di masyarakat terutama bagi anak-anak mereka. Pemahaman yang kurang tepat dan respon negatif tentang konsep *smart city* dari masyarakat menjadi dasar bagi Dinas Kominfo untuk merancang pesan yang sesuai dan mudah dipahami oleh masyarakat terutama kelas bawah.

Situasi yang dihadapi oleh Dinas Kominfo ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Wood (2009, 3) bahwa sebagai sebuah proses, komunikasi selalu berlangsung dan selalu bergerak, bergerak untuk terus maju dan terus berubah. Perubahan dapat terjadi karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang mungkin akan mempengaruhi interaksi tersebut, dan apa yang terjadi dalam pertemuan tertentu mungkin memiliki dampak di masa depan. Pemahaman yang kurang tepat tentang konsep *smart city* sangat mempengaruhi proses komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo. Dalam hal ini Dinas Kominfo berusaha mengemas pesan dengan bahasa yang lebih sederhana yang sering mereka gunakan dalam kehidupan mereka sehari dan yang mereka butuhkan.

Dinas Kominfo mengaitkan konsep *smart city* yang akan diterapkan di Kota Pariaman dengan bentuk-bentuk pelayanan yang cepat dan mudah kepada masyarakat. Melalui cara-cara seperti ini masyarakat Kota Pariaman mulai memahami pentingnya *smart city*. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Carl I. Hovland (dalam Sumadiria, 2014: 3) tentang komunikasi. Menurutnya komunikasi merupakan sebuah proses mengubah perilaku orang lain dimana perubahan tersebut hanya bisa terjadi jika komunikator dan komunikan memiliki kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan.

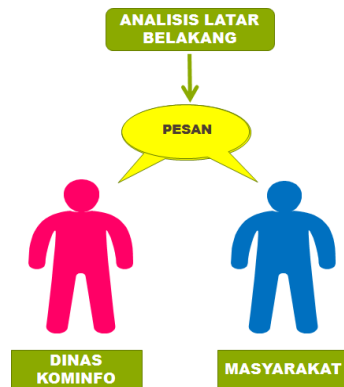
Tindakan pemilihan pesan dengan bahasa yang lebih sederhana dan yang lebih mereka butuhkan juga sesuai dengan yang dijelaskan oleh Ruben & Stewart (2013: 114) bahwa kebutuhan merupakan salah satu faktor yang paling penting dan cukup berperan

dalam proses penerimaan pesan. Adanya kebutuhan, baik kebutuhan fisiologis, biologis maupun informasi akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu, termasuk menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Untuk menciptakan proses komunikasi efektif dan lebih dapat diterima oleh masyarakat, pemerintah dalam hal ini Dinas Kominfo harus mampu menganalisis latar belakang masyarakat baik pendidikan, usia, dan pekerjaan. Pendidikan, usia, dan pekerjaan akan sangat berpengaruh pada proses pertukaran makna yang terjadi antara Dinas Kominfo dengan masyarakat. Jika Dinas Kominfo berhasil mengemas pesan seperti yang diinginkan oleh masyarakat maka proses komunikasi akan berjalan tanpa hambatan karena memiliki persamaan makna. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Fiske (2012: 35) bahwa *feedback* memiliki satu fungsi utama, yaitu membantu komunikator untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan respons dari penerima pesan.

Kemampuan Dinas Kominfo dalam memilih maupun mengemas pesan yang tepat tidak bisa lepas dari pengalaman komunikasi yang telah mereka miliki sebelumnya. Pengalaman atau kebiasaan komunikasi merupakan pengarah atau penuntun yang tidak diragukan lagi pengaruhnya terhadap cara kita memilih, menafsirkan atau mempertahankan pesan kapan saja (Ruben & Stewart, 2013: 119).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Dinas Kominfo sebagai komunikator harus mampu mengemas pesan yang tepat dan sesuai dengan menganalisa terlebih dahulu latar belakang masyarakat tersebut sehingga menghasilkan sebuah respon positif dari masyarakat, seperti yang terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 5.10 Pengalaman Komunikasi Dinas Kominfo dengan Masyarakat Terkait Konsep *Smart City*
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Tindakan-tindakan sosial yang dilakukan oleh beberapa pegawai Dinas Kominfo dalam mengedukasi masyarakat didasarkan pada pengalaman yang telah mereka miliki sebelumnya tentang *smart city*, makna dan kesadaran yang mereka miliki tentang pentingnya *smart city* tersebut dalam pengelolaan sebuah daerah. Dinas Kominfo telah menerapkan konsep *smart city* dalam pekerjaan mereka sehari-hari di kantor khususnya dalam dimensi *smart government* seperti penggunaan beberapa aplikasi seperti SiMaya dan Vidcon. Penerapan *smart government* telah sangat membantu dalam mempermudah pekerjaan di kantor. Proses surat menyurat di kantor tidak lagi membutuhkan waktu yang lama dan dapat menghemat penggunaan kertas karena dapat dilakukan secara *virtual* serta penggunaan tanda tangan digital dalam pembuatan surat dinas.

Pengalaman ini membentuk kesadaran mereka akan pentingnya konsep *smart city* ini. Pengalaman dan kesadaran menuntun setiap individu dalam memahami dan memaknai konsep *smart city* tersebut. Kondisi ini sesuai dengan teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz (dalam Kuswarno, 2009: 17) bahwa pengalaman, kesadaran dan makna menuntun individu pada sebuah realitas dunia yang interpretif. Pengalaman inilah yang kemudian dibagikan kepada masyarakat lainnya melalui proses interaksi atau komunikasi sehingga diharapkan masyarakat Kota Pariaman juga dapat menerapkannya dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Situasi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mulyana (dalam Kuswarno, 2009: 110) bahwa realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif, dimana anggota

masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. Ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau yang diperbuat individu lainnya, dia akan memahami makna dari tindakan individu tersebut.

Selain melaksanakan rapat di lingkungan Dinas Kominfo sendiri, Dinas Kominfo sebagai leading sektor pelaksanaan *smart city* di Kota Pariaman juga telah mengedukasi ASN lainnya di luar Dinas Kominfo. Meskipun pada awal memulai penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman terjadi perdebatan dari beberapa instansi di lingkungan Pemerintah Kota Pariaman karena adanya prasangka dari instansi-instansi tersebut. Prasangka menjadi salah satu hambatan dalam berkomunikasi. Hal ini dikarenakan, ketika orang mempunyai prasangka, ia cenderung akan bersikap curiga, bertahan bahkan menentang komunikator yang hendak menyampaikan pesan (Effendy, 2007: 47).

Hambatan yang datang baik dari lingkungan pemerintah ataupun masyarakat menjadi pengalaman komunikasi yang sangat berharga bagi Dinas Kominfo dalam proses penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Schutz (1972: 77) bahwa setiap saat ada inti pengalaman yang terus bertambah dan berkembang yang terdiri dari objek pengalaman nyata dan ideal.

Dinas Kominfo secara terus menerus memperkenalkan konsep *smart city* ini kepada para ASN di lingkungan Pemerintah Kota Pariaman. Dengan memperkenalkan dan mengedukasi ASN di lingkungan Pemerintah Kota Pariaman tentang konsep *smart city* secara berkesinambungan, Dinas Kominfo mengharapkan dukungan penuh dari para ASN tersebut sehingga konsep ini benar-benar dapat diterapkan di Kota Pariaman.

Penolakan terkait pelaksanaan *smart city* di Kota Pariaman juga pernah disampaikan oleh masyarakat Kota Pariaman pada awal kemunculannya. Pada awal kemunculannya, sebagian besar masyarakat Kota Pariaman masih memahami konsep *smart city* ini sebatas penggunaan internet secara luas yang cenderung bersifat negatif. Hal ini pulalah yang menjadi alasan mereka untuk menolak konsep *smart city* tersebut diterapkan di Kota Pariaman. Meskipun begitu, Dinas Kominfo terus berupaya mengedukasi mereka melalui berbagai pendekatan seperti melakukan diskusi di warung

atau kedai yang biasa dikunjungi masyarakat pada saat-saat santai mereka seperti pada malam hari.

Pengalaman komunikasi yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat tidak bisa lepas dari proses komunikasi dan interaksi yang mereka lakukan. Dalam proses komunikasi edukasi kepada masyarakat tentang konsep *smart city*, Dinas Kominfo telah berupaya mengemas pesan dengan sebaik dan semudah mungkin salah satunya dengan memakai bahasa yang lebih sederhana yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat. Pesan yang dikemas kemudian diterima dan ditafsirkan oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat memahami tentang konsep *smart city* dan menyadari pentingnya konsep *smart city* ini diterapkan di Kota Pariaman. Dalam hal ini komunikasi telah berjalan efektif dimana terdapat pemahaman yang sama antara pemerintah dengan masyarakat tentang konsep *smart city* yang menghasilkan dukungan dari masyarakat untuk penerapan konsep ini di Kota Pariaman.

Kondisi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kuswarno (2007: 166) bahwasanya individu bukanlah organisme yang pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada di luar dirinya. Individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan dan menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Hal ini memungkinkan bagi individu untuk terus berubah sehingga masyarakatpun akan berubah melalui interaksi. Dapat disimpulkan bahwa interaksi yang merupakan variabel penting yang menentukan perilaku manusia bukan struktur masyarakat.

Upaya Dinas Kominfo dalam Menjadikan Konsep *Smart City* sebagai Sebuah *City Branding*

Perkembangan teknologi yang begitu pesat memaksa setiap orang untuk mengikutinya jika tidak ingin ketinggalan zaman, begitu pula halnya dengan pemerintah daerah. Pemerintah daerah yang ingin memajukan daerahnya dan dapat lebih dikenal secara luas harus mampu mengambil manfaat dan memberdayakan kemajuan teknologi ini.

Konsep *smart city* berkaitan erat dengan penggunaan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan termasuk pengelolaan daerah. Dalam pengelolaan daerah, pemerintah

daerah harus memberdayakan seluruh potensi daerah yang dimiliki baik lingkungan maupun masyarakatnya. Adanya dukungan dari seluruh *stakeholder* akan mempercepat terwujudnya pembangunan dan pengelolaan daerah yang sesuai dengan keinginan bersama baik pemerintah maupun masyarakatnya.

Pemerintah Kota Pariaman dalam hal ini mencoba menerapkan konsep *smart city* dalam upaya pengelolaan kota dan menjadikannya sebagai sebuah *city branding* “Pariaman *Smart City*” dalam upaya mendapatkan dukungan dari seluruh *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan hasil pemikiran Baccarne et al (2014: 159) bahwa konsep *smart city* sering dijadikan konsep pemasaran oleh kota dan bisnis untuk membayangkan terwujudnya sebuah kota 'masa depan'. Sebuah kota 'masa depan' dapat diwujudkan dengan menekankan pada pentingnya pertumbuhan teknologi digital di kota untuk membuatnya menjadi lebih hijau, lebih mudah diakses dan lebih layak huni.

Dinas Kominfo sebagai leading sektor pelaksanaan konsep *smart city* telah melakukan berbagai upaya dalam memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang konsep ini terutama generasi milenial. Generasi milenial adalah generasi yang lebih sering menggunakan gadget akan menjadi penduduk yang lebih potensial dalam mempromosikan daerah. Berbagai upaya telah mereka lakukan termasuk dengan *menshare* setiap objek wisata di Kota Pariaman dan hal-hal lainnya tentang Kota Pariaman melalui akun media sosial mereka. Situasi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Insch (2011: 12) bahwa efektivitas *city branding* tergantung pada dukungan dan komitmen dari semua *stakeholder*. *City branding* juga harus menarik penduduk potensial yang mengidentifikasi dirinya dengan kota tersebut dalam hal ini generasi milenial.

Menjadikan sebuah slogan atau kata sebagai sebuah *city branding* harus didahului oleh empat langkah penting yaitu: mengidentifikasi identitas atau aset, menentukan tujuan, melakukan komunikasi dan koherensi (Insch, 2011: 13). Dalam tahap ini, Pemerintah Kota Pariaman telah mengidentifikasi identitas dalam bentuk mengidentifikasi aset dan potensi yang dimiliki Kota Pariaman. Kota Pariaman memiliki faktor geografis yang cukup menjanjikan untuk potensi pariwisata, serta kesiapan jaringan internet di sebagian besar wilayah Kota Pariaman. Potensi yang

dimiliki ini dijadikan sebagai salah satu bagian penting dalam pengelolaan kota yang berada dalam dimensi *smart tourism* dalam konsep *smart city*.

Menjadikan konsep *smart city* sebagai sebuah *city branding* lebih ditujukan agar konsep ini dikenal luas di masyarakat dan mendapat dukungan penuh dari seluruh anggota masyarakat dalam penerapannya. Bagaimanapun juga pemberian identitas pada sebuah kota tidak hanya dengan slogan baru tanpa promosi berkelanjutan, akan tetapi harus diimbangi dengan penguatan dan nilai unik dari identitas tersebut (Dewi & Nulul, 2018, 81). Identitas Pariaman *Smart City* yang dimiliki Kota Pariaman seharusnya tidak hanya dipahami oleh pemerintah saja namun juga harus dapat dipahami oleh masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar terbangun sebuah gambaran terkait persepsi masyarakat luas tentang identitas tersebut.

Penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman pada dasarnya dimaksudkan untuk kesejahteraan hidup masyarakat itu sendiri. Pemerintah Kota Pariaman sering melakukan kegiatan sosialisasi ataupun diskusi tentang konsep *smart city* ini tidak hanya kepada seluruh ASN di lingkungan Pemerintah Kota Pariaman namun juga kepada masyarakat. Komunikasi yang intens dilakukan akan menghasilkan sebuah koherensi yang menuntun pada sebuah konsistensi dan keseragaman dalam komunikasi tentang konsep *smart city* tersebut. Seringnya komunikasi antara pemerintah dan masyarakat telah mulai menyadarkan pemerintah dan masyarakat tentang pentingnya penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman.

Ada beberapa alasan yang mendorong Pemerintah Kota Pariaman untuk menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Alasan yang mendorong individu untuk melakukan sesuatu disebut dengan motif seperti yang dikemukakan oleh R. S. Woodworth. Ia menyatakan bahwa motif merupakan suatu dorongan yang dapat atau dengan mudah menyebabkan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu atau berbuat sesuatu guna mencapai tujuan-tujuan tertentu (dalam Utamidewi, 2017: 74).

Pengalaman masa lalu dapat menjadi salah satu alasan atau motif mengapa seseorang melakukan sebuah tindakan. Pengalaman Pemerintah Kota Pariaman di masa lampau menjadi alasan mereka untuk menerapkan konsep *smart city* baik dalam pengelolaan kota maupun pemberian pelayanan kepada masyarakat. Konsep *smart city* memiliki nilai-nilai kemudahan, efektifitas serta pemanfaatan kemajuan teknologi

dalam upaya pemberian pelayanan yang cepat dan tepat kepada masyarakat yang dulu masih bersifat konvensional atau dilakukan secara manual.

Kondisi di atas sesuai dengan yang dikemukakan oleh Teori Fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz dalam Kuswarno (2009: 17) bahwa tindakan sosial yang dilakukan individu didasarkan pada pengalaman, makna dan kesadaran yang dimiliki. Sekumpulan makna yang dimiliki oleh pemerintah tentang konsep *smart city* serta pengalaman masa lampau menuntun mereka untuk melakukan tindakan-tindakan cerdas secara sadar. Alfred Schutz (1972: 88) dengan teori fenomenologi juga mengemukakan bahwa keseluruhan tindakan sadar individu dapat dibagi kedalam dua motif tindakan yaitu motif tujuan (*in-order-to motive*) dan motif karena (*because motive*). *In-order-to motive* merujuk pada sesuatu yang akan selesai di masa depan sedangkan *because motive* mengacu pada sesuatu yang telah terjadi di masa lampau. *In-order-to motive* dan *because motive* memiliki hubungan yang erat dan saling berkaitan. Sesuatu hal dilakukan karena adanya pengalaman di masa lampau yang menjadi alasan suatu hal dilakukan dan adanya tujuan yang ingin dicapai di masa yang akan datang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menuntut pemerintah untuk bekerja secara cepat dan tepat. Menjawab tuntutan tersebut, pemerintah menyelenggarakan suatu sistem pemerintahan yang berbasis elektronik dengan penyediaan beberapa aplikasi termasuk di Kota Pariaman. Pemerintah Kota Pariaman juga telah menyediakan beberapa aplikasi yang ditujukan untuk pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman. Penyediaan aplikasi ini ditujukan untuk efektifitas dan pemberian pelayanan yang cepat dan maksimal kepada masyarakat.

Situasi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Noveriyanto (2018; 51) kemudahan menjalin komunikasi dengan menggunakan media teknologi informasi dan komunikasi antara pemerintah dengan seluruh stakeholdernya pada dasarnya ditujukan untuk pemberdayaan masyarakat, peningkatan penyampaian layanan, atau meningkatkan efisiensi pemerintah. Semua hal ini menjadi kunci utama penerapan e-government (*smart government*) dalam penyelenggaraan pemerintahan di Indonesia dalam upaya menghapus batas-batas geografis dan batas waktu yang menjadi penghalang berlangsungnya komunikasi individu satu dengan individu lainnya.

Keberhasilan daerah-daerah lain yang telah menerapkan konsep *smart city* juga menjadi salah satu faktor pendorong pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman dalam mendukung penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Konsep *smart city* yang diterapkan disesuaikan dengan kondisi daerah Kota Pariaman. Dari informasi yang peneliti dapatkan dari informan, keberhasilan daerah lain memacu semangat pemerintah Kota Pariaman untuk menerapkan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Konsep *smart city* menghendaki adanya suatu hubungan yang kuat antara pemerintah dan masyarakatnya. Masyarakat harus mau dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan daerah salah satunya dengan ikut menjaga lingkungan agar setiap orang yang datang ke daerah tersebut merasa nyaman dan aman dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Motif meningkatkan kesejahteraan masyarakat merupakan alasan utama bagi seorang kepala daerah dalam mengambil sebuah kebijakan termasuk kebijakan dalam pengelolaan daerah. Penerapan konsep *smart city* dengan berbagai dimensi yang dimilikinya mempermudah kepala daerah dalam mewujudkannya. Bagaimanapun juga, kesejahteraan masyarakat tidak hanya terletak di tangan pemerintah namun juga dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat dalam konteks *smart city* adalah masyarakat yang mau mengerahkan segala kemampuannya serta mandiri dalam usaha mencapai kesejahteraan tersebut. Motif meningkatkan kesejahteraan masyarakat merupakan sebuah motif tujuan (*in order to motive*).

Bentuk Komunikasi Masyarakat dalam Upaya Menjadi *Smart People*

Sosialisasi *Smart City* Sebagai Bagian Pengalaman Komunikasi Masyarakat dalam Upaya Menjadi *Smart People*

Individu sebagai bagian dari masyarakat (*society*) kadang kala mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang sesuatu dari individu lainnya. Pengalaman yang didapatkan dapat berupa pengalaman komunikasi. Komunikasi menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam proses kehidupan seseorang. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengalaman komunikasi merupakan hasil dari sebuah proses atau interaksi komunikasi yang terjadi diantara individu.

Masyarakat Kota Pariaman memiliki pengalaman komunikasi yang masih kurang tentang konsep *smart city*. Komunikasi tentang konsep *smart city* terjadi antara masyarakat dengan Pemerintah Kota Pariaman dalam beberapa kali pertemuan. Komunikasi yang telah dilakukan selama beberapa kali belum cukup mengedukasi masyarakat. Hal ini dikarenakan pemerintah melakukan komunikasi tentang konsep *smart city* kepada masyarakat hanya secara garis besar saja dan belum terlalu mendalam sehingga masyarakat belum merasa teredukasi dalam proses komunikasi tersebut.

Masyarakat Kota Pariaman belum merasakan manfaat dari kegiatan sosialisasi *smart city* yang dilakukan pemerintah. Masyarakat menginginkan suatu bentuk edukasi dari pemerintah yang berkaitan langsung dengan bidang usaha yang mereka tekuni. Ketika melakukan sosialisasi *smart city*, hendaknya pemerintah mengundang masyarakat yang berada dalam profesi yang sama dan menjelaskan tentang konsep *smart city* yang berkaitan dengan bidang tersebut. Contohnya, masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang menginginkan pemerintah membahas tentang *smart economy* baik dari segi pengertian, tujuan atau alasan perlu adanya *smart economy*, dan trik-trik cerdas yang perlu dilakukan untuk mewujudkan *smart economy* tersebut.

Masyarakat khususnya yang bergerak di bidang usaha dan produk juga menginginkan pertemuan dalam bentuk pelatihan-pelatihan yang dapat menambah wawasan dan keterampilan mereka terutama yang berkaitan dengan usaha yang sedang mereka kelola. Wawasan dan keterampilan ini tentunya akan dapat meningkatkan peluang dan nilai usaha mereka. Dukungan dan sokongan pemerintah masih sangat diperlukan oleh masyarakat dalam upaya memotivasi mereka untuk terus berusaha dan menjadi lebih kreatif. Meskipun masyarakat Kota Pariaman telah mulai kreatif, namun kenyataannya mereka masih membutuhkan dukungan dari pemerintah agar usaha yang mereka geluti bisa menjadi lebih kreatif lagi lebih dari yang mereka miliki saat ini. Pemerintah Kota Pariaman seharusnya mengevaluasi setiap kegiatan yang mereka lakukan. Pemerintah Kota Pariaman tentunya harus menindaklanjuti setiap kegiatan sosialisasi yang telah mereka inginkan dengan melihat respon dan keinginan audiens dalam hal ini masyarakat.

Keinginan masyarakat untuk mendapatkan pelatihan sesuai dengan bidang usaha yang mereka miliki seharusnya diakomodir oleh Pemerintah Kota Pariaman. Selain

memberikan pelatihan, Pemerintah Kota Pariaman juga sebaiknya mendukung usaha masyarakat dengan memberikan modal tambahan untuk meningkatkan usaha mereka. Pemerintah Kota Pariaman juga dapat memberikan bantuan terutama dalam hal penyaluran dan pemasaran produk-produk yang dimiliki oleh masyarakat. Semua dukungan ini akan dapat mendorong masyarakat untuk lebih tekun, kreatif dan gigih dalam menjalankan usaha mereka. Bagaimanapun juga, semua hal ini akan menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera sesuai dengan yang diinginkan oleh Pemerintah Kota Pariaman.

Kondisi ini pulalah yang mempengaruhi masyarakat dalam proses penerimaan pesan tentang konsep *smart city*. Masyarakat merasa kurang tertarik dengan apa yang disampaikan oleh pemerintah karena pemerintah hanya menjelaskan konsep *smart city* kulit luarnya saja dan tidak menyentuh pada kegiatan atau usaha yang sedang mereka jalankan. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Ruben & Stewart (2013: 114) bahwa sikap, keyakinan dan nilai menjadi beberapa faktor penting dan cukup berperan dalam proses penerimaan pesan. Sikap dan keyakinan akan menuntun seseorang menerima informasi yang ia yakini bagus dan sesuai dengan yang ia inginkan sedangkan nilai merupakan suatu hal yang mengacu pada prinsip-prinsip dasar hidup tentang apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan. Adanya sikap, keyakinan dan nilai yang dimiliki oleh individu terhadap sesuatu akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu, termasuk menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sikap masyarakat yang kurang tertarik dengan apa yang disampaikan dalam acara-acara sosialisasi tersebut membuat masyarakat tidak memahami apa sebenarnya diinginkan Pemerintah Kota Pariaman dengan konsep *smart city* tersebut.

Konsep *smart city* adalah sebuah konsep pengelolaan yang bersifat menyeluruh dan harus dipahami secara utuh. Masyarakat Kota Pariaman menginginkan agar pemerintah membahas tentang konsep *smart city* secara utuh dengan mengulas setiap dimensi yang ada dalam *smart city* tersebut yakni *smart government*, *smart people*, *smart living*, *smart environment*, *smart mobility* dan *smart economy*. Pemerintah Kota Pariaman seharusnya membahas dan mengkaji setiap dimensi dan mengedukasi masyarakat tentang langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mewujudkan setiap dimensi tersebut. Jika keenam dimensi tersebut sudah dapat diwujudkan maka Pariaman

Smart City akan terwujud. Tidak hanya mengkaji tentang langkah-langkah yang harus dilakukan, Pemerintah Kota Pariaman juga harus mendorong seluruh masyarakat Kota Pariaman untuk melaksanakan langkah-langkah tersebut.

Konsep *smart city* tidak hanya berbicara tentang penggunaan internet dan aplikasi. Konsep *smart city* berbicara tentang bagaimana mengelola daerah dengan lebih baik dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki daerah tersebut dalam upaya menciptakan kesejahteraan hidup setiap orang yang ada di dalamnya. Kesejahteraan hidup yang diinginkan dalam konsep *smart city* tidak hanya dari segi ekonomi namun juga kesehatan, pendidikan dan lingkungan yang lebih bersih, rapi dan aman. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Pariaman seharusnya lebih cerdas dan mampu memahami serta mengelola setiap potensi yang ada di setiap desa di Kota Pariaman demi kesejahteraan masyarakat. Pemerintah Kota Pariaman tidak cukup dengan hanya melakukan kegiatan sosialisasi saja, namun juga harus mampu mendorong masyarakat untuk mau bersama-sama mewujudkan Pariaman *Smart City*.

Pemerintah Kota Pariaman seharusnya mendorong masyarakat untuk mengeluarkan keterampilan yang mereka miliki dalam berbagai bidang, baik pertanian, kuliner, keterampilan dan sebagainya. Masyarakat yang memiliki minat dan keterampilan dapat dikelompokkan sesuai dengan bidangnya masing-masing dan diberi edukasi, pelatihan, modal ataupun membantu dalam pemasaran produk-produk yang mereka hasilkan. Tindakan-tindakan ini dapat mendorong masyarakat Kota Pariaman untuk semakin kreatif yang pada akhirnya dapat menjadi masyarakat mandiri sebagai salah satu tujuan dari penerapan konsep *smart city*.

Dinas Kominfo seharusnya menyadari dan memahami metode dalam sosialisasi. Dinas Kominfo tidak bisa menerapkan pola penyampaian pesan yang sama untuk setiap peserta dengan latar belakang usia, pekerjaan dan pendidikan yang berbeda. Dinas Kominfo dapat menyampaikan konsep *smart city* secara garis besar untuk para peserta generasi milenial. Hal ini dikarenakan generasi milenial menyukai suatu hal yang baru termasuk *smart city*. Informasi yang asing, baru atau muncul di luar kebiasaan akan merebut perhatian kita untuk sesaat (Ruben & Stewart, 2013: 123).

Konsep *smart city* telah menjadi suatu hal yang fenomenal dan diterapkan di sebagian besar negara di dunia. Proses sosialisasi tentang *smart city* yang begitu singkat

dapat saja dilakukan kepada generasi milenial yang lebih melek teknologi, lebih sering menggunakan internet dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Generasi milenial akan mencari dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan atau yang membuat mereka penasaran melalui internet. Mereka dapat menambah wawasan mereka tentang konsep *smart city* tidak hanya melalui sosialisasi dari pemerintah namun juga internet. Dengan kata lain, pemerintah cukup memberikan sedikit informasi tentang sesuatu, maka mereka akan segera mencari tahunya di internet. Tindakan generasi milenial Kota Pariaman ini sesuai dengan ciri-ciri generasi milenial yang dikemukakan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (2018: 18) bahwa secara umum generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif sebagai salah satu dampak menggunakan internet dalam jangka waktu yang lebih lama dan memiliki keakraban dengan teknologi komunikasi, media, dan teknologi digital dalam segala aspek kehidupan. Generasi milenial Kota Pariaman telah menuju generasi kreatif, inovatif dan mampu menangkap berbagai peluang baru dari penerapan konsep *smart city* ini.

Masyarakat Kota Pariaman Mengedukasi Masyarakat Lainnya Tentang Konsep Smart City

Pengalaman menjadi suatu hal yang sangat berharga bagi setiap orang. Pengalaman dapat menjadi media pembelajaran dan menambah wawasan yang menuntun seseorang pada pola pikir dan tingkah laku yang lebih tinggi. Masyarakat Kota Pariaman terutama generasi muda yang telah mendapatkan pengalaman komunikasi baik dari pemerintah maupun media lainnya menganggap bahwa penerapan konsep *smart city* tersebut bagus dan perlu diterapkan di Kota Pariaman. Hal ini pulalah yang mereka sampaikan kepada masyarakat lainnya baik dalam bentuk perseorangan ataupun komunitas.

Situasi ini dijelaskan oleh Hafiar ketika berbicara tentang pengalaman khususnya pengalaman komunikasi. Peristiwa-peristiwa yang mengandung unsur komunikasi akan menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi setiap individu yang mengalaminya. Pengalaman komunikasi yang dianggap

penting akan menjadi pengalaman yang paling diingat dan memiliki dampak khusus bagi individu tersebut (Hafiar dalam Nustyasrini, 2016: 221).

Masyarakat Kota Pariaman telah melakukan komunikasi informal dalam rangka mengedukasi masyarakat lainnya tentang konsep *smart city*. Komunikasi informal merupakan sebuah proses komunikasi yang disetujui secara sosial yang orientasinya lebih pada individu bukan pada organisasinya (DeVito dalam Sulaiman, 2013: 177). Dalam proses komunikasi informal ini, individu mengedukasi individu lainnya dengan berorientasi pada kebutuhan individu tersebut yang berkaitan dengan penerapan konsep *smart city* dan nilai-nilai yang ada di dalamnya. Proses komunikasi yang disesuaikan dan berorientasi pada kebutuhan individu menjadi salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam mengedukasi mereka tentang konsep *smart city*.

Masyarakat merupakan kelompok sosial yang lebih memahami cara berkomunikasi yang pas dengan lingkungan masyarakat mereka sendiri. Oleh karena itu mereka berupaya untuk mengedukasi masyarakat lainnya tentang konsep *smart city* melalui cara-cara dan bahasa yang mudah dimengerti. Para generasi muda Kota Pariaman mencoba mengedukasi generasi muda lainnya tentang pentingnya *smart city*. Generasi milenial lainnya mengedukasi masyarakat yang belum memahami konsep *smart city* dengan mengajarkan bagaimana cara berbelanja online serta bagaimana cara memasarkan produk yang dimiliki secara online kepada mereka. Mereka mendapatkan pengalaman dalam melakukan transaksi online dari teman dan kerabat yang telah lebih dulu melakukannya. Situasi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Engel et all (dalam Abikusno, 2013: 31) bahwa orang cenderung akan berbagi pengalaman mereka tentang produk atau jasa dengan orang lain jika percakapan dirasa akan menghasilkan kepuasan.

Pengalaman inilah yang menuntun mereka untuk mengedukasi masyarakat lainnya untuk jual beli online. Situasi ini juga sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ruben & Stewart tentang proses penyampaian dan

penerimaan informasi. Pengalaman komunikasi atau kebiasaan komunikasi akan menjadi panduan dan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi kita terhadap cara kita memilih, menafsirkan dan mempertahankan pesan kapan saja, dan begitu pula sebaliknya kita cenderung untuk memerhatikan dan menyimpan informasi dari sumber-sumber yang kita yakini berpengalaman dan memiliki pengetahuan atau kredibilitas (Ruben & Stewart, 2013: 119, 127).

Pengalaman masyarakat dalam jual beli online ini merupakan penerapan dimensi *smart economy* yang menuntun masyarakat untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk-produk yang mereka hasilkan. Pengalaman masyarakat ini membentuk kesadaran mereka akan pentingnya konsep *smart city*. Pengalaman dan kesadaran menuntun setiap individu dalam memahami dan memaknai konsep *smart city* tersebut. Kondisi ini sesuai dengan teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz (dalam Kuswarno, 2009: 17) bahwa pengalaman, kesadaran dan makna menuntun individu pada sebuah realitas dunia yang interpretif. Pengalaman inilah yang kemudian dibagikan kepada masyarakat lainnya melalui proses interaksi atau komunikasi sehingga diharapkan masyarakat Kota Pariaman lainnya juga dapat menerapkannya dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Situasi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mulyana (dalam Kuswarno, 2009: 110) bahwa realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif, dimana anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. Ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau yang diperbuat individu lainnya, dia akan memahami makna dari tindakan tersebut.

Hasil yang peneliti dapatkan hampir sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarah Nurtyasrini dan Hanny Hafiar tentang Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri dan Lingkungan Pemulung di TPA Bantar Gebang tahun 2016. Kesadaran seseorang untuk melakukan sebuah tindakan dapat dikarenakan pengalaman orang terdekat seperti teman ataupun kerabat (Nustyasrini, 2016: 223). Hasil yang sama juga didapatkan oleh Wahyu Utamidewi, Deddy Mulyana, dan Edwin Rizal dalam penelitian mereka tentang Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan tahun 2017. Keluarga,

teman dan individu lain dalam dunia seseorang memberikan pengalaman, pemahaman dan pelajaran pada orang tersebut dalam setiap aktivitas yang ia lakukan (Utamidewi, 2017: 75).

Dalam penelitian ini, pengalaman masyarakat Kota Pariaman yang telah mulai memahami tentang konsep *smart city* ditularkan kepada masyarakat yang belum teredukasi *smart city*. Proses komunikasi ini pada akhirnya dapat merubah pemahaman masyarakat tersebut tentang konsep *smart city*. Proses edukasi dengan cara mempraktekannya secara langsung dan dengan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh orang lain akan membuat proses komunikasi berjalan lebih efektif. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian Maudia dkk (2018: 63) yang menyatakan bahwa keberhasilan dalam menyampaikan pesan dan membentuk sebuah kesan dipengaruhi oleh kemampuan para individu dalam berinteraksi.

Tindakan-tindakan Cerdas Masyarakat Kota Pariaman Dalam Upaya Menuju *Smart People*

Smart city atau kota cerdas menjadi satu pilihan utama dalam pengelolaan sebuah kota atau daerah. *Smart city* tidak hanya akan merubah pola-pola lama dalam pemerintahan namun juga akan merubah pola pikir masyarakat di daerah yang menerapkannya. Konsep *smart city* memaksa pemerintah dan masyarakatnya untuk menjadi pemerintah dan masyarakat yang kreatif, inovatif, fleksibel, efektif dan efisien.

Tindakan merubah mindset atau pola pikir masyarakat bukanlah hal yang mudah. Membutuhkan sebuah komitmen yang kuat antara pemerintah dan masyarakat tersebut untuk berubah dan proses tersebut harus dilakukan secara terus menerus. Kehadiran orang yang telah berpengalaman dan cerita tentang keberhasilan mereka akan menjadi daya tarik masyarakat lainnya untuk mengikuti.

Masyarakat Kota Pariaman merupakan bagian dari masyarakat *smart city*. Hal ini terlihat dalam keseharian sebagian besar masyarakatnya. Masyarakat Kota Pariaman menyadari tentang berbagai perubahan yang terjadi akibat perkembangan teknologi yang semakin canggih. Kemajuan teknologi telah menghadirkan dua ruang sosial yang berbeda yaitu ruang nyata dan ruang *virtual*. Masyarakat tidak hanya dituntut untuk ikut berpartisipasi dalam ruang nyata namun juga dalam ruang *virtual*.

Bentuk partisipasi ini juga diperlihatkan oleh sebagian besar masyarakat Kota Pariaman. Baik muda ataupun tua, pelajar ataupun mahasiswa, pegawai ataupun non pegawai memberikan dukungan dan pengawasan dalam setiap pembenahan dan pembangunan yang dilakukan di Kota Pariaman. Pengawasan dilakukan dengan cara-cara yang mengikuti perkembangan zaman yaitu melalui media sosial yang mereka gunakan yang *ditag* ke media sosial pemerintah ataupun ke media sosial kepala daerah. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Pariaman ikut berpartisipasi dalam kehidupan publik dengan cara mengawasi atau memantau perkembangan dan pembangunan daerah, menyampaikan keluhan atau aduan dalam upaya perbaikan daerah, serta mengedukasi masyarakat tentang program pemerintah.

Partisipasi masyarakat Kota Pariaman ini juga dapat dijadikan bukti dukungan mereka kepada Pemerintah Kota Pariaman dalam upaya mewujudkan konsep Pariaman *Smart City*. Kondisi masyarakat Kota Pariaman ini sesuai dengan yang dikemukakan Davis (dalam Rathnakar: 2012) bahwa partisipasi adalah keterlibatan mental dan emosional seseorang dalam situasi kelompok yang mendorongnya untuk berkontribusi pada tujuan dan berbagi tanggung jawab. Partisipasi menyiratkan usaha yang dirancang untuk melibatkan individu dalam proses pengambilan keputusan lembaga. Keterlibatan yang mungkin dilakukan oleh individu tersebut adalah dalam bentuk inisiasi, perumusan dan implementasi keputusan dalam lembaga. Konsepnya juga bisa dipahami dalam hal pendekatan baru untuk industri dan masyarakat dimana orang tertarik dengan pengambilan keputusan yang berhubungan langsung dengan mereka (Rathnakar: 2012).

Kemajuan teknologi telah mengakibatkan perubahan pada segala bidang. Perubahan tersebut harus diantisipasi dengan ilmu pengetahuan yang didapatkan melalui pembelajaran yang dilakukan sepanjang hayat. Pemerintah Kota Pariaman telah mendorong generasi mudanya untuk terus menambah wawasan dan pengetahuan hingga ke perguruan tinggi melalui program satu keluarga satu sarjana yang telah dilaksanakan dalam dua tahun terakhir. Pemerintah Kota Pariaman memberikan bantuan pendidikan bagi masyarakat miskin di Kota Pariaman hingga mereka lulus kuliah. Hal ini mendorong generasi muda Kota Pariaman terus belajar dan berupaya agar dapat lulus di

perguruan tinggi negeri sehingga tingkat pendidikan masyarakat di Kota Pariaman dapat lebih meningkat.⁶

Masyarakat Kota Pariaman juga telah memperlihatkan keinginan untuk mendapatkan pengetahuan atau pembelajaran secara informal. Internet menjadi salah satu media pembelajaran informal yang dimiliki masyarakat Kota Pariaman. Mereka dapat mengetahui trik-trik baru yang bisa digunakan dalam bidang usaha ataupun profesi yang mereka miliki dengan *browsing* di internet. Meskipun mereka mendapatkan informasi melalui media baru ini, masyarakat Kota Pariaman tidak langsung meninggalkan media lama. Mereka tetap mempertahankan komunikasi atau diskusi dengan teman-teman sejawat yang lebih memahami tentang suatu hal yang mungkin ingin diketahui atau belum dipahami secara mendalam. Proses ini berlangsung dalam bentuk komunikasi tatap muka.

Perkembangan zaman juga telah membuat perubahan yang cukup besar dalam bidang perekonomian terutama pemasaran. Jika masyarakat khususnya mereka yang bergerak di bisnis pemasaran tidak mampu mengikuti perkembangan zaman, maka mereka akan tertinggal. Pola pemasaran lama yang cenderung bersifat offline sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat Kota Pariaman dan digantikan dengan cara-cara baru yakni online. Dalam hal ini, masyarakat sudah mulai meninggalkan bentuk pemasaran dengan menggunakan brosur, leaflet ataupun iklan-iklan di media cetak dan elektronik. Masyarakat Kota Pariaman mulai beralih ke bentuk pemasaran online yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan menggunakan media sosial dan media online. Pemasaran secara online dapat menekan angka pengeluaran terutama dalam hal promosi. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Febrina (2019, 1102) bahwa adanya gangguan dan keterbatasan teknologi di masa lampau memaksa manusia mencari solusi atas permasalahan yang ada.

Masyarakat Kota Pariaman memperlihatkan bentuk kreatifitas mereka dengan mengangkat salah satu warisan budaya dan alam mereka sebagai sebuah potensi yang

⁶ <https://www.topsatu.com/satu-keluarga-satu-sarjana-pemko-pariaman-teken-mou-dengan-ui/>

patut dilestarikan dan dikembangkan. Kota Pariaman dikenal sebagai salah satu daerah utama penghasil kelapa dan banyaknya masyarakat Pariaman yang memelihara baruak (monyet) sebagai pemetik buah kelapa. Pemerintah Kota Pariaman mulai melirik dan menjadikan baruak-baruak tersebut sebagai salah satu potensi wisata. Dalam beberapa tahun terakhir, Pemerintah Kota Pariaman mulai mengikutsertakan baruak-baruak ini dalam event tahunan Kota Pariaman dengan mengadakan lomba Baruak Panjek Karambia. Dalam setiap tahunnya, lomba Baruak Panjek Karambia ini diminati oleh sebagian besar pengunjung baik lokal maupun manca negara.

Masyarakat Desa Apar Kota Pariaman melihat kondisi ini dan tertarik untuk mendirikan sebuah sekolah yang khusus mendidik monyet-monyet untuk dilatih memanjat, memilih dan memetik buah kelapa di ketinggian. Masyarakat Desa Apar mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu Baruak (STIB) dengan memanfaatkan dana BUMDes Apar Mandiri. Tidak hanya untuk mendidik monyet-monyet, STIB juga dimaksudkan sebagai salah satu destinasi wisata edukasi di Kota Pariaman.

Pemerintah Kota Pariaman melihat hal ini dan memberikan dukungan dengan menyumbangkan sepuluh ekor monyet untuk didik di STIB ini. Hingga saat ini telah ada sebanyak tiga belas ekor monyet yang didik di STIB Apar ini. Keberadaan STIB Apar menjadi salah satu bentuk kearifan lokal yang menjadi ciri khas Kota Pariaman yang patut dilestarikan dan didukung selain Tabuik dan Sala yang sudah terlebih dahulu dikenal orang. Keberadaan STIB Apar juga memperlihatkan kreatifitas masyarakat Kota Pariaman yang mampu melihat peluang dari kearifan lokal yang telah ada di Kota Pariaman.

Masyarakat Kota Pariaman juga memperlihatkan bentuk kreatifitas, inovatif dan fleksibel dalam keseharian mereka terutama berkaitan dengan usaha yang sedang mereka tekuni. Tidak hanya memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mempromosikan dan mengembangkan usaha, masyarakat Kota Pariaman juga telah memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memajukan daerah mereka. Partisipasi masyarakat dalam proses memajukan daerah merupakan bagian yang sangat penting. Pada kondisi ini masyarakat Kota Pariaman telah melakukan suatu bentuk partisipasi aktif.

Partisipasi aktif adalah suatu bentuk partisipasi dengan turut memikirkan nasib sendiri dengan memanfaatkan lembaga-lembaga sosial dan politik yang ada di

masyarakat sebagai saluran aspirasinya. Partisipasi aktif juga dicirikan dengan adanya kesadaran bermasyarakat dan bernegara yang tinggi dengan tidak menyerahkan nasib kepada orang lain, seperti kepada pimpinan, kelompok masyarakat, baik yang sifatnya formal maupun informal; memenuhi kewajiban sebagai warga negara yang bertanggung jawab seperti membayar pajak secara jujur serta berkewajiban lainnya; ketaatan kepada berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku dan kerelaan melakukan pengorbanan yang dituntut oleh pembangunan demi kepentingan bersama yang luas dan penting (Siagian dalam Sagita: 2016).

Hubungan yang kuat antara pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman dalam menerapkan konsep *smart city* sesuai dengan yang dikemukakan oleh Nijkamp tentang *smart city*. Kota yang menerapkan konsep *smart city* harus mampu menggunakan sumber daya manusia, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat (Nijkamp dalam Esabella, 2016: 3).

Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Kota Pariaman, perilaku masyarakat di Kota Pariamanpun mulai berubah. Mereka tidak lagi menganggap asing para wisatawan manca negara yang datang ke daerah mereka. Mereka telah mulai berpikiran terbuka terhadap perkembangan dunia pariwisata. Jika dahulu, Kota Pariaman hanya didatangi oleh turis lokal, dalam beberapa tahun terakhir ini Kota Pariaman sudah mulai sering dikunjungi oleh wisatawan manca negara.

Perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan sebagian besar masyarakat tersebut sesuai dengan ciri-ciri masyarakat cerdas (*smart people*) seperti yang dikemukakan oleh Giffinger dkk dalam makna *smart city* yang mereka usung. Masyarakat cerdas memiliki ciri sebagai berikut yaitu tingkat kualifikasi pendidikan rata-rata menengah ke atas, afinitas dengan pembelajaran seumur hidup, adanya pluralisme sosial dan etnis, saling menghargai dan saling menghormati segala perbedaan yang ada, fleksibel yakni kemampuan untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan zaman, kreatif dengan mengembangkan ide-ide baru atau cara-cara baru, kosmopolitan atau berpikiran terbuka serta ikut berpartisipasi dalam kehidupan publik (Giffinger, 2007: 12).

Pada kenyataannya masih ada sebagian kecil masyarakat yang telah mengetahui tentang konsep *smart city* dan menggunakan kemajuan teknologi dalam upaya menambah wawasannya namun belum menerapkannya dalam keseharian mereka. Hal ini dilatarbelakangi oleh usia, latar belakang ekonomi dan latar belakang pendidikan mereka. Masyarakat yang berusia lanjut dan berpendidikan menengah ke bawah, cenderung merasa takut untuk menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan dari internet. Hal ini mengakibatkan mereka belum berada pada taraf *smart people* seperti yang dikemukakan oleh Giffinger.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Pariaman telah mengetahui tentang konsep *smart city* yang berkaitan erat dengan kemajuan teknologi. Pengetahuan masyarakat tentang konsep *smart city* sangat beragam. Hal ini dilatabelakangi oleh usia, tingkat pendidikan dan kondisi ekonomi masyarakat tersebut. masyarakat dengan latar belakang pendidikan dan ekonomi menengah keatas serta berusia 50 tahun ke bawah lebih memahami konsep *smart city* tidak hanya dari segi makna namun juga manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat yang telah memahami menerapkan nilai-nilai *smart city* dalam keseharian mereka dengan melakukan beberapa tindakan yang menggambarkan ciri masyarakat cerdas. Sedangkan masyarakat lainnya yang berada pada level pendidikan, ekonomi dan usia yang berbeda telah berada pada taraf mengetahui namun belum menerapkan nilai-nilai *smart city* dalam keseharian mereka sehingga mereka belum berada pada level *smart people*.

Hasil temuan peneliti dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5.11 Kategori Masyarakat dalam Memahami Konsep *Smart City*
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Dalam setiap tindakan yang dilakukan individu tersimpan maksud dan tujuan yang ingin ia capai melalui tindakan tersebut. Demikian juga halnya dengan tindakan mendukung penerapan konsep *smart city* di Kota Pariaman. Kota Pariaman dahulunya kurang diminati oleh wisatawan. Pada saat itu, wisatawan yang datang berkunjung hanyalah wisatawan lokal dan jumlahnya pun tidak begitu banyak. Namun dalam beberapa tahun terakhir, Kota Pariaman mulai dilirik wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Hal ini telah memberikan perubahan bagi masyarakat Kota Pariaman. Masyarakat mulai bisa menggantungkan hidupnya dari industri pariwisata. Meskipun begitu masyarakat ingin Kota Pariaman menjadi semakin berkembang. Hal ini dapat dilakukan dengan pengelolaan kota yang baik dan kerjasama serta komitmen yang kuat antara pemerintah dengan masyarakat dalam menjaga dan memajukan Kota Pariaman. Alasan menjadikan Kota Pariaman menjadi lebih berkembang dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi pendorong masyarakat dalam mendukung konsep *smart city* di Kota Pariaman.

Masyarakat Kota Pariaman telah membuktikan hal ini. Mereka melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan hidup mereka dengan mempromosikan wisata Kota Pariaman melalui media sosial dan media online. Mereka ikut menjaga lingkungan dan ikut berpartisipasi dalam proses pengelolaan Kota Pariaman terutama di bidang pariwisata. Meningkatnya industri pariwisata di Kota Pariaman juga akan ikut mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kota Pariaman.

Situasi ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Alfred Schutz dalam teori fenomenologi yang ia kemukakan bahwa tindakan sosial yang dilakukan individu didasarkan pada pengalaman, makna dan kesadaran yang dimiliki oleh individu tersebut (dalam Kuswarno, 2009: 17). Pengalaman masa lampau ketika Kota Pariaman belum berkembang dan pengalaman masa sekarang dimana Kota Pariaman sudah mulai

berkembang dan maju sehingga mereka telah dapat menggantungkan hidup dari industri pariwisata yang telah dibangun oleh Pemerintah Kota Pariaman dalam beberapa tahun terakhir menjadi alasan atau motif yang mendorong mereka untuk mendukung Pariaman *Smart City*.

Alasan atau motif yang dimiliki oleh masyarakat Kota Pariaman ini sesuai dengan teori fenomenologi Alfred Schutz (1972: 88) bahwa keseluruhan tindakan sadar individu dapat dibagi kedalam dua motif tindakan yaitu motif tujuan (*in-order-to motive*) dan motif karena (*because motive*). *In-order-to motive* merujuk pada sesuatu yang akan selesai di masa depan sedangkan *because motive* mengacu pada sesuatu yang telah terjadi di masa lampau. *In-order-to motive* dan *because motive* memiliki hubungan yang erat dan saling berkaitan. Sesuatu hal dilakukan karena adanya pengalaman di masa lampau yang menjadi alasan suatu hal dilakukan dan adanya tujuan yang ingin dicapai di masa yang akan datang.

Ragam Makna *Smart City* oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman

Masyarakat Kota Pariaman mempertimbangkan berbagai hal positif dari kemajuan teknologi sebagai salah satu bagian dari *smart city*. Hal-hal positif inilah yang kemudian menjadi makna yang dipahami masyarakat tentang konsep *smart city*. Adapun makna yang diberikan pemerintah dan masyarakat tentang konsep *smart city* adalah perubahan dalam pemerintahan dan pengelolaan daerah, pemanfaatan teknologi dalam mempermudah aktifitas, kreatifitas dalam segala bidang, efektifitas dalam birokrasi pemerintah, dan harapan untuk masa depan.

Makna yang dikemukakan pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman sangat berbeda dengan makna yang dikemukakan oleh Giffinger bahwa *smart city* adalah kota yang berkinerja baik dengan cara pandang ke depan dalam enam karakteristik yakni pemerintahan, perekonomian, sumber daya manusia, mobilitas, lingkungan, dan kehidupan masyarakat, yang dibangun di atas kombinasi “pintar” dari sumbangan dan kegiatan warga yang dapat menentukan dirinya sendiri, mandiri dan sadar (Giffinger dkk, 2007: 11-12). Giffinger menyampaikan makna *smart city* dalam bahasa yang cukup kompleks dan sedikit rumit. Hal ini berbeda dengan cara pemerintah dan masyarakat di Kota Pariaman yang memahami konsep *smart city* dengan bahasa yang

lebih sederhana dan lebih mudah untuk mereka pahami sehingga makna yang mereka miliki menjadi tidak sesuai dengan yang dikemukakan oleh Giffinger.

Makna yang dimiliki oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman tentang *smart city* dapat dilihat pada gambar berikut,



Gambar 5.12 Makna *Smart City* oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Masyarakat Kota Pariaman belum memahami konsep *smart city* secara utuh. Mereka masih memahami konsep *smart city* melalui pemahaman dimensi-dimensi *smart city* tersebut secara terpisah. Masyarakat baru memahami makna *smart city* dari dimensi *smart living*, *smart economy*, *smart government* dan *smart people*. Pemahaman secara terpisah ini mengakibatkan mereka belum bisa memahami tentang konsep *smart city* yang sesungguhnya.

Kondisi ini juga belum sesuai dengan makna *smart city* yang dikemukakan oleh Supangkat. Supangkat (2015) mengemukakan bahwa sebuah kota yang menggunakan perencanaan dan konsep *smart city* harus menyadari bahwa *smart city* merupakan sebuah *holistic system* yang berkaitan erat dengan penggunaan sebuah sistem baru dan teknologi yang dapat menciptakan pengalaman baru bagi penggunanya dan dapat merubah perilaku penggunanya menjadi lebih positif. Sebagai sebuah *holistic system*, *smart city* harus dipahami secara utuh baik oleh pemerintah maupun masyarakatnya. Bagaimanapun juga, hasil penelitian memperlihatkan bahwa ada kesamaan makna yang dimiliki oleh pemerintah dan masyarakat yang akan menjadi modal bagi Kota Pariaman

untuk menjadi kota cerdas atau *smart city*. Jika ditelaah lebih jauh, satu makna esensial dari *smart city* oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman adalah kemajuan bersama di Kota Pariaman.

Masyarakat Kota Pariaman telah menciptakan modal sosial dan modal intelektual bagi kemajuan Kota Pariaman dan kesejahteraan masyarakatnya. Hal ini berkaitan dengan konsep *smart city* yang dikemukakan oleh Komninos (dalam Dameri, 2014: 49) bahwa *smart city* merupakan kota yang memiliki beberapa kompetensi, mampu menghasilkan pengetahuan dan menerjemahkannya ke dalam kemampuan yang unik dan berbeda; ia juga bisa menghasilkan sinergi dari pengetahuan dan kompetensi yang digabungkan dengan cara yang asli, sulit ditiru; dan kota ini cerdas karena mampu menciptakan modal intelektual untuk kemajuan dan kesejahteraan.

Konsep *smart city* pada dasarnya mengandung nilai-nilai interaksi sosial, kesadaran untuk ikut terlibat dalam pengelolaan dan pembangunan daerah, kreatifitas, fleksibel, inovatif, berpikiran luas, efektifitas serta kesadaran untuk menjaga lingkungan sekitar. Kumpulan nilai-nilai ini dipahami secara bersama oleh masyarakat di Kota Pariaman melalui interaksi yang terjadi diantara mereka. Kondisi ini dijelaskan oleh Mulyana ketika berbicara tentang realitas sosial dan nilai-nilai intersubjektif.

Realitas dunia sosial bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. Ketika seseorang melihat apa yang diperbuat atau mendengar apa yang dikatakan individu lain, dia akan memahami makna dari tindakan atau perkataan individu tersebut (Mulyana dalam Kuswarno, 2009: 110).

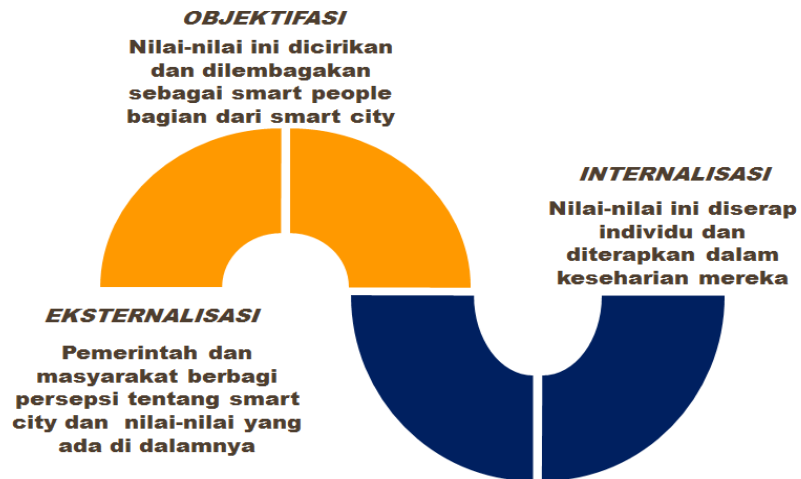
Dalam hal ini pemerintah maupun masyarakat Kota Pariaman telah saling berkomunikasi atau berinteraksi dan berbagi persepsi dasar tentang nilai-nilai dalam *smart city*. Kehadiran konsep *smart city* yang dikemukakan oleh Pemerintah Kota Pariaman melalui *branding* Pariaman *Smart City* semakin mempertegas keberadaan nilai-nilai tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Berger & Luckman (1991: 66) dengan teori konstruksi realitas sosial yang mereka usung bahwa manusia yang sedang berkembang tidak hanya terkait dengan lingkungan alam tertentu, namun juga dengan tatanan sosial dan budaya tertentu yang dimediasikan kepadanya oleh

orang-orang penting lainnya yang bertanggung jawab atas dirinya. Pada konteks inilah terjadi proses eksternalisasi dari pemerintah maupun individu-individu sebagai bagian dari masyarakat Kota Pariaman yang menjadi lembaga tempat ia bernaung.

Proses edukasi baik dari pemerintah maupun masyarakat itu sendiri ditambah dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih mengakibatkan sebagian besar masyarakat di Kota Pariaman telah menerapkan nilai-nilai ini secara berulang dan sadar dalam kehidupan mereka sehari-hari sehingga menjadi sebuah kebiasaan (*habitualisasi*). Implementasi nilai-nilai ini menuntun masyarakat menjadi masyarakat cerdas (*smart people*) seperti yang dikemukakan oleh Giffinger dimana masyarakat cerdas diidentifikasi dengan adanya tingkat kualifikasi (pendidikan) yang tinggi, afinitas dengan pembelajaran seumur hidup, adanya pluralisme sosial dan etnis, fleksibilitas, kreativitas, kosmopolitanisme, berpikiran terbuka, serta ikut berpartisipasi dalam kehidupan publik dengan cara mengawasi atau memantau perkembangan dan pembangunan daerah, menyampaikan keluhan atau aduan dalam upaya perbaikan daerah, serta mengedukasi masyarakat tentang program pemerintah. Pada kondisi ini sebuah realitas sosial menjadi sebuah realitas yang objektif.

Melakukan tindakan sesuai dengan kekhasan (*tipifikasi*) sebagai masyarakat cerdas menjadi momen penarikan realitas sosial ke dalam diri atau realitas sosial menjadi realitas subjektif. Dengan kata lain, individu mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok masyarakat cerdas di Kota Pariaman. Tahap dimana individu mampu menyerap nilai-nilai yang ada di masyarakat yang nantinya akan diserap ke dalam diri individu tersebut dikenal dengan tahap internalisasi.

Proses bagaimana individu-individu memaknai konsep *smart city*, dan mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari *smart people* yang juga merupakan salah satu dimensi dalam konsep *smart city*, serta menyerap nilai-nilai dan menerapkannya dalam keseharian mereka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5.13 Proses Konstruksi Realitas Sosial Konsep *Smart city* oleh Pemerintah dan Masyarakat Kota Pariaman
Sumber: Olahan Peneliti, 2020

BAB VI

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas bersama teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pemerintah Kota Pariaman telah berupaya memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang konsep *smart city*. Upaya edukasi dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, bimbingan teknis dan komunikasi informal. Meskipun begitu, masyarakat belum merasa teredukasi dan menginginkan suatu bentuk edukasi yang lebih menjurus ke bidang-bidang yang mereka minati. Komunikasi informal yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat perlu dilakukan dengan menganalisis latar belakang masyarakat yang akan diundang agar tercipta pemahaman yang sama antara pemerintah dengan masyarakat sehingga menciptakan sebuah komunikasi yang efektif. Proses komunikasi ini menjadi pengalaman komunikasi yang cukup berharga dan patut dijadikan sebagai bahan evaluasi. Pemerintah Kota Pariaman berupaya menerapkan konsep *smart city* dengan adanya motif mengikuti perkembangan zaman, motif keberhasilan daerah lain yang sebelumnya telah menerapkan konsep ini dan motif kesejahteraan masyarakat.
2. Berbekal pengalaman komunikasi dengan pemerintah dan internet, masyarakat ikut membantu pemerintah dalam mengedukasi masyarakat lainnya tentang konsep *smart city*. Dalam proses edukasi ini, masyarakat menggunakan bahasa yang lebih sederhana dan dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Motif menjadikan kota lebih berkembang dan motif peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi alasan masyarakat Kota Pariaman mendukung penerapan Pariaman *Smart City*.
3. Konsep *smart city* dimaknai secara beragam oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman. Pemerintah dan masyarakat memaknai konsep *smart city* sebagai perubahan dalam pemerintahan dan pengelolaan daerah, pemanfaatan teknologi dalam mempermudah aktifitas, kreatifitas dalam segala bidang, efektifitas dalam birokrasi pemerintah, dan harapan untuk masa depan. Ragam makna yang dimiliki

mendorong mereka untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam konsep *smart city* tersebut.

Saran

1. Masyarakat Kota Pariaman masih memahami konsep *smart city* dari beberapa dimensi smart city yakni *smart living*, *smart economy* dan *smart people* secara terpisah-pisah sehingga mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pemaknaan smart city tersebut. Hal ini dapat disebabkan masih kurangnya edukasi dari pemerintah Kota Pariaman kepada masyarakat tentang konsep *smart city* yang akan diterapkan di Kota Pariaman secara menyeluruh dan utuh, sehingga masyarakat mencoba memahami konsep tersebut dengan caranya sendiri. Oleh karena itu, pemerintah Kota Pariaman disarankan untuk lebih mengedukasi masyarakat tentang *smart city* dengan menyediakan waktu khusus membahas dan menjelaskan secara lebih mendalam tentang enam dimensi yang menunjang terwujudnya *smart city* tersebut yakni *smart government*, *smart living*, *smart economy*, *smart people*, *smart tourism*, dan *smart mobility*. Tidak hanya pemerintah, dukungan yang kuat dari masyarakat akan membantu terwujudnya *smart city* tersebut. Dukungan akan muncul jika terdapat pemahaman yang sama antara pemerintah dengan masyarakat tentang konsep *smart city* yang diusung oleh Pemerintah Kota Pariaman. Masyarakat seharusnya juga lebih aktif dalam mencari tahu dan memahami tentang konsep *smart city* ini. Dengan adanya sinergi dari semua pihak ditunjang dengan fasilitas dan program yang terus dikembangkan, perlahan tapi pasti Kota Pariaman akan bisa terus berkembang menuju impian menjadi *smart city* secara utuh dalam jangka yang cepat ke depannya.
2. Pada saat peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan informan didapatkan fakta bahwa masih ada sebagian masyarakat yang telah mengetahui tentang konsep *smart city* namun belum menerapkan konsep *smart city* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Mereka belum mandiri dan masih menunggu bantuan dari pemerintah. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada peneliti berikutnya untuk menggali secara lebih mendalam alasan mereka untuk tidak menerapkan konsep ini dalam kehidupan mereka sehari hari.

3. Penelitian ini secara akademis memberikan manfaat tentang betapa pentingnya penguatan terhadap keberadaan sebuah *city branding* yang dibuat dengan melakukan beberapa langkah yaitu mengidentifikasi aset, nilai budaya dan kearifan lokal yang dimiliki, menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan adanya *city branding* tersebut, melakukan komunikasi secara berulang kepada seluruh stakeholder dan menciptakan koherensi dan keseragaman makna tentang *city branding* yang dibuat tersebut. Adanya keseragaman makna dan pemahaman tentang tujuan yang ingin dicapai dengan pembuatan *city branding* tersebut dapat mendorong seluruh stakeholder memberikan dukungannya dalam bentuk apapun.

Daftar Pustaka

Buku:

- Adian, D.G. (2010). Pengantar Fenomenologi. (cet.1). Depok: Koekoesan.
- Berger, Peter. L & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowlegde*. England: Penguin Books.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa; Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Ed 1. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Penelitian Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan* (ed. 3). (Ahmad Lintang Lazuardi, Trans). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi* (ed. 1). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. (cet.3). Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (ed. 3). (Hapsari, Trans). Jakarta: Rajawali Pers.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi: Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruben, B.D., & Stewart, L.P. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (ed. 1). (Ibnu Hamad, Trans). Jakarta: Rajawali Pers.
- Salim, Peter & Salim, Yenny. (1995). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Schutz, Alfred. (1972). *The Phenomenology of The Social World*. Amerika: Northwestern University Press.
- Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Supangkat, Suhono H. (2015). *Pengenalan dan Pengembangan Smart City*. Bandung: LPIK ITB.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (cet.1). Jawa Barat: CV. Pustaka Setia.

Tubbs, SL & Moss, Sylvia. (2005). *Human Communication, Prinsip-prinsip Dasar*. (ed. 1). (Deddy Mulyana, Trans). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jurnal:

Abikusno, P. (2013). Pengaruh Pengalaman Menggunakan Produk dan Persepsi Konsumen Berdasarkan Kelompok Referensi Terhadap kesediaan Konsumen Untuk Melakukan Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 10, No. 1, Juni 2013, 25-40.

Anggini, T., & Rachmawati, R. (2016). Pemanfaatan Media Center dalam Pelayanan Publik Sebagai Upaya Mewujudkan Surabaya Smart City. *Jurnal Bumi Indonesia*. Vol.5 No.1 Tahun 2016, 439-448.

Dewi, M., & Nulul, N. A. (2018). Komunikasi Partisipatif Masyarakat Industri dalam Mendukung Branding Kota Madiun. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 15, No. 1, Juni 2018, 75-90.

Esabella, Shinta. (2016). Menuju Konsep *Smart City*. Dapat diunduh pada: https://www.researchgate.net/publication/322303099_Menuju_Konsep_Smart_City diakses pada 7 Februari 2019 jam 03.47 wib

Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator*. Vol 9, No. 1, Juni 2008, 163-180.

Khoiriana, R, & Nurlambang, T. (2017). Brand Image Kota Bandung. *Industrial Research Workshop dan Nasional Seminar ke-8*. Politeknik Negeri Bandung, 102-109.

Kuswarno, Engkus. (2007). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif; Sebuah Pedoman Penelitian dari Pengalaman Penelitian. *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 9, No. 2, Juli 2007, 161-176.

Lestari, Retno Budi. (2016). Membangun Citra sebuah Kota dalam Persaingan Global Melalui City Branding. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*. Vol.5 No.2 Maret 2016, 68-79.

Maudia, Fasya, dkk. (2018). Konstruksi Makna Reputasi Digital Melalui Perspektif Penyiar Radio. *Profetik Jurnal Komunikasi*, Vol.11, No 01, April 2018, 54-70.

Mursalim, S.W. (2017). Implementasi Kebijakan Smart City di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol.14, No.1, Juni 2017, 126-138.

Noveriyanto, B., dkk. (2018). E-Government Sebagai Layanan Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya. *Profetik Jurnal Komunikasi* Vol. 11, Nomor 1, April 2018, 37-53.

Novianti, K & Syahid, C. (2017). Menuju Kota Cerdas: Pelajaran Dari Konsep *Smart City* Yang Diterapkan di Jakarta dan Surabaya. Dapat diunduh pada:

https://www.researchgate.net/publication/312173841_MENUJU_KOTA_CERDAS_Pelajaran_dari_Konsep_Smart_City_yang_Diterapkan_di_Jakarta_dan_Surabaya/link/5874ae3208aebf17d3b3acaf/download diakses pada 8 Januari 2019 jam 22.22

- Nugraha, Aat Ruchiat dkk. (2017). Branding Kota Bandung di Era Smart City. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, Nomor 1, Juni 2017, 1-16.
- Nurtyasrini, S., & Hafiar, H. (2016). Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri dan Lingkungan di TPA Bantar Gebang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 4, No 2, Desember 2016, 219-228.
- Pasquinelli, Cecilia. (2015). City Branding and Local SMEs: A Smart Specialisation Perspective, *Symphonya. Emerging Issues in Management (symphonya.unimib.it)*, No.1, 2015, 63-76.
- Poernomo, Djoko. (2015). Manajemen Strategis Smart City. Seminar Nasional Riset Terapan 2015. https://www.researchgate.net/publication/287743913_MANAJEMEN_STRATEGIS_SMART_CITY diakses pada 8 Januari 2019 jam 22.07 wib
- Prabowo, B. N. (2015). Kajian Citra Kota dalam City Branding Magelang Kota Sejuta Bunga. *Jurnal Modul*, Vol. 15 No. 2 Tahun 2015, 163-170.
- Pramuningrum, A. D, dkk. (2017). Strategi City Branding Humas Pemerintah Kota Bandung Sebagai Smart City Melalui Program Smart Governance. *Jurnal Acta diurna*, Vol. 13 No. 2 Tahun 2017, 21-32.
- Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 6, Januari 2019, 1093-1108.
- Rathnakar, G. (2012). A Study of Workers Participation In Management Decision Making At Bhel, Hyderabad. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, Vol.1 Issue 9, 135-141.
- Sagita, Novie Indrawati. (2016). Partisipasi Warga Masyarakat Dalam Penilaian Kinerja Kecamatan di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Pemerintahan CosmoGov*, Vol.2 No.2, 308-329.
- Silalahi, Ulber. (2004). Komunikasi Pemerintahan: Mengirim dan Menerima Informasi Tugas dan Informasi Publik. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.3 No.1, 36-54.
- Siswanto, Dwi. (1997). Refleksi Aktualitas Fenomenologis Edmund Husserl. *eJurnal Edisi Khusus Agustus '97*. <https://media.neliti.com/media/publications/223246-refleksi-aktualitas-fenomenologi-edmund.pdf> diakses pada 12 September 2019 jam 10.51 wib.

Sukma, R.N, dkk. (2016). Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner di Kota Sukabumi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 4, No 1, Juni 2016, 28-43.

Sulaiman, A.I. (2013). Model Komunikasi Formal dan Informal Dalam Proses Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol 16, No 2, Desember 2013, 173-188.

Utamidewi, Wahyu, dkk. (2017). Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 5, Nomor 1, Juni 2017, 69-80.

ook:

Baccarne, Bastiaan, et al. (2014). Empowered Cities? An Analysis of the Structure and Generated Value of the Smart City Ghent. In R.P. Dameri (Ed.). *Smart City: How to Create Public and economic Value with High Technology in Urban Space* (pp.157-182). Switzerland: Springer International Publishing. <https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitatif Research for Education: an Introduction to Theory and Methods*. (5th ed). Amerika Serikat: Pearson Education, Inc. https://www.academia.edu/25034807/Bogdan_Bliken_Qualitative_Research_Education_Introduction_Theory_Methods diakses pada 31 Juli 2019 jam 16.46 WIB

Dameri, R. P. (2014). Comparing Smart and Digital City: Initiatives and Strategies in Amsterdam and Genoa. Are They Digital and/or Smart?. In R.P. Dameri (Ed.). *Smart City: How to Create Public and economic Value with High Technology in Urban Space* (pp.157-182). Switzerland: Springer International Publishing. <https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. (3rd ed). London: Sage Pubication Ltd. <http://93.174.95.29/ads/FAD5A9278C21C1C2DAB32963433DC2C8> diakses pada 29 Juli 2019 jam 22.30 wib

Dinnie, Keith. (2011). Introduction to the Theory of City Branding. In Keith Dinnie (Ed.). *City Branding: Theory and Cases* (pp.3-7). London: Palgrave Macmillan. <https://epdf.pub/city-branding-theory-and-cases.html> diakses pada 1 Februari 2019 jam 04.56

Fontana, Frederico. (2014). The Smart City and The Creation of Local Public Value. In R.P. Dameri (Ed.). *Smart City: How to Create Public and economic Value with High Technology in Urban Space* (pp.117-137). Switzerland: Springer

International Publishing. <https://www.springer.com/gp/book/9783319061597>
diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Giffinger, R., et al. (2007). Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities. Centre of Regional Science SRF: Vienna University of Technology. http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf diakses pada 29 April 2019 jam 14.08 wib

Griffin, E. A. (2012). A First Look at Communication Theory. 8th ed. New York : McGraw - Hill. http://rosalia.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2016/04/ebooksclub.org_A_First_Look_at_Communication_Theory_8th_Edition_.pdf diakses pada 26 Maret 2019 jam 16.21

Insch, Andrea. (2011). Branding the City as an Attractive Place to Live. In Keith Dinnie (Ed.). City Branding: Theory and Cases (pp.8-14). London: Palgrave Macmillan. <https://epdf.pub/city-branding-theory-and-cases.html> diakses pada 1 Februari 2019 jam 04.56

Kemenpppa. (2018). Profil Generasi Milenial. <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf> diakses pada 5 Maret 2020 jam 15.18 wib

Merli, M.Z & Bonollo, E. (2014). Performance Measurement in the Smart Cities. In R.P. Dameri (Ed.). Smart City: How to Create Public and Economic Value with High Technology in Urban Space (pp.139-155). Switzerland: Springer International Publishing. <https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Wood, J. T. (2009). Communication in Our Lives. Fifth Edition. USA: Wadsworth Cengage Learning. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310007/pendidikan/ebook-julia-t-wood-communication-our-lives-2008.pdf> diakses pada 27 Maret 2019 jam 17.26 wib

Dokumen:

BPS Kota Pariaman. (2019). Kota Pariaman Dalam Angka 2018.

Diskominfo Kota Pariaman. (2018). Master Plan e-Government Kota Pariaman 2019-2023.

Diskominfo Kota Pariaman. (2018). Rencana Strategis Dinas Kominfo Kota Pariaman 2018-2023.

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA TESIS

PEMERINTAH

1. YATI SYERLINA (KABID E-GOV)

D: Apa usaha yang telah dilakukan pemko pariaman dalam memperkenalkan konsep smart city ini kepada masyarakat?

YS: Kalau berbicara tentang smart city, awak tantu harus paham dulu kan smart city itu apo? Jadi kan banyak literatur, sudah tu banyak pakar-pakar yang membahas tentang konsep smart city tersebut. Sebenarnya itu bukan program. Salah sih kalau, agak kurang tepat. Bukan salah, tapi agak kurang tepat menggunakan kata program dalam smart city tersebut. smart city atau kota cerdas itu apa sih? Maksudnya konsep smart city atau konsep kota cerdas itu seperti apa sih? Kan intinyo subananya, a bagaimana caranya, maksudnya masyarakat itu kan lebih...apa... lebih dimudahkan dalam melakukan sesuatu. Dalam mencapai sesuatu. Kan gitu subananya kan konsep smart city. Baa kecek mantan menteri Kominfo dulu, Rudiantara, kalau smart city itu tidak sama dengan teknologi. Berartikan smartcity itu subananya kan konsep berpikir atau mindset gitu kan. Ada enam aspek atau dimensi yang harus dicapai sehingga suatu daerah atau suatu kota itu bisa disebut sebagai kota yang smart atau kota yang cerdas. Nah, kalau untuk aspek dan dimensi itu kan bermacam-macam, tapi kan awak mengacu ke dimensi yang dikeluarkan oleh kementerian dalam negeri sajolah. Kan ado enam aspek tu smart peoplenyo, smart governmentnyo, smart living, smart branding, smart economy, terus smart environment. Subananya, contoh misalnya kayak smart lingkungan, lingkungan yang cerdas tu, bagaimana sih masyarakat, warga kota. Contohnya yang mudah sajo, contohnya dalam mamilah sampah. Kita sebagai warga kota mampu ndak. Iko sampah yang bisa didaur ulang, iko sampah yang tidak bisa didaur ulang, kan seperti itu. Konsep itu subananya. Tapi ndak cukup livingnyo ajo, ndak cukup peoplenyo. Kan bisa juokan people-people yang punyo mindset seperti bagaimana mengelola sampah kalau

toh akhirnya e.. ketika kita sebagai masyarakat sudah mampu mengelola sampah secara baik tetapi pas tiba di penampungannya akhirnya sampah tu digabung lagi. Berartikan belum smart living kan. Nah jadi, subananya, orang suko salah kaprah tentang konsep smartcity tadi yang sering dibahas awal, bahaso smart city tu a.. sama dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi informasi gitu. Subananya kan indak. Kemajuan teknologi TIK itu subananya kan support supaya lebih memudahkan e.. e... kita dalam mencapai tujuan smart city tersebut. Tapi dari enam aspek yang dibahas atau enam dimensi yang dibahas dalam upaya mencapai smartcity atau kota cerdas tersebut, memang yang paling utama itu smart governmentnyo. Smart governmentnyo kan jadi dasarnya. Kalau kita berbicara tentang Kota Pariaman dari tahun 2013 kalau tidak salah sih kabidnyo waktu itu Riki Falentino. Tahun 2013 tu sudah ditandatangani MoU dengan PT.Telkom terkait e.. terkait apa namonyo.. e..apo... memulai lah gitu kan. Memulai Pariaman Smartcity. Kan itu namonyo tuh. Cuma MoUnyo. Isinyo kurang lebih tentang pemasangan jaringan FO, kan yang sebelumnya indak ado, lebih terintegrasi dengan pemasangan jaringan FO oleh pihak Telkom. Sampai ke 2019 ini, e.. jadi ado apo namonyo ko... ampek hal yang mendukung, empat poin yang mendukung smartcity tersebut, data, software, brainware SDMnyo kan, samo hardware infrastruktur. Itu harus sejalan kan kaampekan-ampeknnyo. Brainware tu kan yang ke pengembangan kemampuan kapasitas SDM kan. Tapi yo samo jo smart people tu. Bukan..., maksudnyo dalam hal ini, people yang paham komputer IT, ndak, mindsetnyo subananya sih. Contoh yang gampang tadikan, bagaimana pengelolaan sampah tersebut.

D: Dulu kan pernah diadakan pertemuan tentang smartcity ini atau sharing kowledgelah tentang smart city ko. Baa caritonyo ni?

YS: O, iyo. Acok tu. Waktu 2015 sudah mulai dikumpulkan. Waktu itu narasumbernyo dari PT Telkom kan menjelaskan konsep smartcity itu seperti apa. Intinyokan menuju ke kehidupan yang lebih baik. Contoh penggunaan kertas. Yang salamo ko paperbase, bagaimana sih caranya beralih ke paperless, kan gitu. Di kantor kita kan sudah menggunakan aplikasi Simaya dalam proses surat menyurat. Surat yang telah dibuat oleh bawahan dikoreksi oleh atasan lewat Simaya. Kalau udah oke baru diprint untuk dijadikan arsip aja. A.. sampai situ, mulai tahun 2017 diadakan lo baliak semacam

FGD-FGD tentang smartcity tersebut. jadi subananya kalau tentang konsep rato-rato e... ASN pasti sudah paham lah, kurang lebih paham tentang smart city tersebut. Kalau untuk ke masyarakatnya sih tergantung masyarakatnya, mungkin kalau sasaran awak mahasiswa, mungkin mahasiswa paham tentang konsep smart city. Cuma kalau untuk masyarakat awam...e... subananya ndak, bukan awak..., indak bisa lo awak mengecilkan kemampuan masyarakat awam tu doh kan. Ado juo tu yang indak paham tentang teknologi informasi tapi inyo pandai mengelola yang sifatnya smart livingnya, smart governmentnya kan, pandai inyo mengelola. Yang indak inyo pahami konsepnya, tapi inyo alah melakukan. Nah yang untuk mencapai, misalnya Pariaman dijuluki sebagai kota... jadi giko terkait dengan penilaian rating kota cerdas indonesia yang dilakukan oleh pihak ITB tersebut, jadi 2019 ini e... alah naik sih levelnya, peringkatnya yang tahun 2017 itu baru scattered atau penyebaran, nah 2019 untuk smartcitynya sendiri sudah menuju ke integrated, penyatuannya sudah mulai.

D: Cuma saya dengar di 2017 itu ada sepuluh poin yang didapatkan Pariaman, sedangkan di 2019 kurang?

YS: Subananya perbedaan hasil itu lebih pada kriteria penilaian yang dilaksanakan oleh si pihak assesor. Mungkin mereka lebih menyederhanakan, gitu kan, bukan terkait samo aponyo sih... tapi secara prestasi yang diperoleh malah lebih meningkat gitu. Karano dapek piala gitu kan, trus untuk kategori kota kecil dapek peringkat kedua malah, yang sebelumnya 2017 kita masih scattered atau terpencar, untuk implementasi smartcity itu sendiri kalau kini malah telah menuju integrated. Yang tinggi itu penilaiannya adalah sustainable, keberlangsungannya. Itu yang paling tinggi. Kan ado lima kategori penilaian kan, kita ada di nomor empat di integratednya tu. Jadi tidak mungkin dalam lima tahun lagi, kalau ada penilaian lagi bisa sajo pariaman menuju ke sustainable smartcity, seperti itu.

D: Salamo dinas kominfo melakukan sosialisasi, FGD, sia-sia sajo yang diundang?

YS: Kalau untuk itu kan, di tahun 2017, 2018 telah dilaksanakan oleh pejabat sebelumnya. Kalau untuk informasi detail kurang tau. Tahun 2017 awal, Februari, ada peluncuran aplikasi UPIAK sebagai salah satu program yang juga mendukung

tercapainya smartcity. Yang diundang sih waktu itu selain ASN termasuk juga ada tokoh-tokoh masyarakat. Selain memperkenalkan, aplikasi SI UPIAK ko kan merupakan aplikasi pegaduan masyarakat terkait pelayanan masyarakat yang melewati aplikasi secara online, yang salamo ko masyarakat datang e.. istilahnya dalam bentuk konvensional lah gitu kan datang menghadap ke kantor, kini dilayani melalui online.

D: Ketika diadakan sosialisasi itu kan ada diundang tokoh masyarakat. Nah adakah pemko mendorong tokoh masyarakat tersebut untuk menyampaikan ke masyarakat lainnya?

YS: Pasti... itu pasti kita menyampaikan. Karena fungsi dari tokoh masyarakat itu sendiri ditengah masyarakat ditengah warga kan pasti kita tahu, secara itu tokoh masyarakat, yang suaranya pasti didengar. Jadi hasil dari sosialisasi tentang Si UPIAK itu sendiri, pada waktu itu kita meminta tokoh-tokoh masyarakat untuk menyampaikannya lagi kepada warga Kota Pariaman.

D: Sebenarnya apa alasan Pemko Pariaman menggunakan konsep smartcity ini di Pariaman dengan membrand Pariaman Smart city?

YS: Kalau disebut alasan, mungkin... smart city itu kan bukan sesuatu yang baru gitu kan. Yang namanya perkembangan zaman, mau tak mau pasti harus kita ikuti, kalau tidak kita pasti akan tertinggal ya kan. Kita pasti akan tertinggal. Ya terkait dengan smartcity tidak sama dengan teknologi, tapi teknologi tu subananya support. Kalau tidak ada teknologi, bagaimana kita menuju integrated smartcity kalau yang kita fokuskan hanya beberapa aspek atau dimensi yang ada pada smartcity. Mungkin kita... e... contoh begini, kalau kita tidak sepenuhnya mau menggunakan kemajuan teknologi gitu ya, berarti yang akan kita fokuskan pada dimensi smart city itu, pasti smart peoplenya, kemudian smart livingnya, apalagi... mungkin smart ekonomynya gitu, tapi terkait dengan dimensi-dimensi tersebut contoh kayak smart economy. Pasti akan disupport atau didukung oleh kemajuan teknologi seperti e commercenya. Mau tidak mau kita tetap... apa ya... kita tetap akan ... kalau dibilang bergantung kepada teknologi. Ya bisa dikatakan seperti itu. Jadi kalau kenapa Pariaman menjadikan konsep smart city tersebut

karena sudah menjadi kewajiban sih sebenarnya seiring dengan perkembangan zaman. Kalau tidak kita gunakan kita akan tertinggal.

D: Jadi dengan alasan tersebut, apa tujuan akhir yang ingin dicapai?

YS: Pasti kesejahteraan masyarakatnya. Iya kan. Setiap pemimpin, pimpinan atau kepala daerah pasti memikirkan kesejahteraan masyarakatnya.

D: Pada acara knowledge sharing tentang smartcity apakah ada mengundang para pakar smartcity?

YS: Yang terakhir itu sebenarnya knowledge sharing dengan pemko semarang bulan Agustus 2019. Kami mengundang Pemko semarang diundang karena sebelumnya pak walikota, jadi gini, Kota Semarang itu termasuk salahsatu kota yang sudah menerapkan konsep smartcity yang bagus disamping Surabaya. Dan kebetulan pak walikota sebelumnya sudah mengunjungi kota semarang melihat bagaimana konsep smartcity di kota semarang itu berjalan dengan sangat bagus terkait dengan pelayanan publiknya dan sebagainya. Atas dasar itu maka mengundang kota semarang untuk sharing pengetahuan atau sharing informasi bagaimana mereka menerapkan konsep smart city e... Semarang smart city itu... e... di Kota Pariaman.

D: Apa yang disampaikan oleh pembicara dari semarang tersebut?

YS: Lebih ke berbagi pengalaman. Iya sebenarnya sih untuk konsep pastikan tidak ada sesuatu yang instan sifatnya. Surabaya saja, walikotanya sudah memikirkan... sudah membuat planning itu ketika beliau menjadi kepala Bappeda. Surabaya menjadi bagus seperti saat ini butuh waktu belasan tahun gitu. Sama juga dengan semarang. Namanya aja konsep. Konsep dari kepala daerah yang ingin memajukan daerahnya gitu kan. Ya itu yang mau diadopsi oleh pimpinan kita. Kenapa kota-kota lain bisa, semarang bisa, surabaya bisa, pariaman kenapa tidak bisa. Apalagi dengan luas daerahnya yang tidak terlalu besar gitu. Ya tapi ada empat yang harus ada ya termasuk pembiayaan juga. Sebelumnya ada acara di Semarang kemudian dilanjutkan dengan knowledge sharing di Safari Inn Pariaman bulan Agustus 2019.

D: Sejauh ini apa saja kendala yang dihadapi pemko pariaman dalam menyampaikan konsep smart city ini?

YS: Kalau untuk menyampaikan konsep awalnya sih pasti ada kendalanya kan. Contoh tentang akses. Penggunaan akses internet dalam satu, istilahnya satu pintu. Dimana pengelolaannya dalam hal ini adalah dinas kominfo. Untuk menyampaikan konsep seperti itu saja dulu masih banyak yang keberatan. Dulukan sifatnya anggaran itu ditampung di masing-masing dinas kan. Untuk menggeser anggaran, dijadikan satu anggaran disatu skpd saja sudah keberatan. Sampai muncul statement dari beberapa pihak yang menyatakan istilahnya... lai ka jalan ko smart city ko, gitu kan. Tapi kan seiring berjalannya waktu dari 2014, 2015, 2016 yang mulai bertahap melaksanakan, sampai 2019 ya... kan sebenarnya suatu kegiatan itu dinilai berhasil, dilihat berhasil atau tidaknya kan dari penghargaan yang diterima kan.

D: Apakah aplikasi yang sudah dibuat oleh dinas kominfo sudah dimanfaatkan dengan maksimal?

YS: Terkait aplikasi. Kalau terkait pelayanan publik, ada bermacam-macam kan contoh aplikasi si Cantik, trus di Disdukcapil ada aplikasi juga, itu sudah dimanfaatkan, yang ke masyarakatnya kan. Terus aplikasi yang terkait pemanfaatannya oleh ASN, sudah dimanfaatkan seperti SiMaya, Aplikasi e-kinerja, e-sppd dalam hal ini sppd online, terus yang sifatnya... itukan sifatnya generik. Terus yang sifatnya spesifik sperti aplikasi mitigasi bencana, aplikasi data terpadu kemiskinan, aplikasi di kelurahan e... aplikasi terkait pengajuan perizinan misalnya di kelurahan oleh masyarakat. Di tahun 2019 ini telah kita launching 16 aplikasi termasuk aplikasi e-commerce, marketplace gitu.

D: Dinas kominfo pernah tidak melakukan komunikasi tentang smart city ini kepada komunitas-komunitas ataupun ke kelompok-kelompok masyarakat?

YS: Sudah. Dilakukan setiap tahun dalam bentuk kegiatan sarasehan kelompok informasi masyarakat. Nah, 2015, 2016, 2017 itu dilakukan sarasehan KIM dimana salah satu materi yang disampaikan tentang smart city, pemanfaatan teknologi informasi dan e government yang sifatnya secara umum sih.

D: Bagaiman respon mereka?

YS: Mereka sangat mendukung. Karena smart city itu sebenarnya kan mempermudah kita dalam melakukan apapun gitu ya. Mempermudah. Mereka pada dasarnya mendukung. Cuma yang 2018 saya tidak tahu konsep yang disampaikan dalam bentuk e... sosialisasi atau sarasehan kepada masyarakat itu. Saya tidak tahu konsepnya seperti apa. Jadi saya kurang tahu.

D: Pernahkah ibuk membahas tentang konsep smartcity ini dengan atasan, bawahan di kantor ataupun dengan masyarakat di warung-warung?

YS: Kalau ke masyarakat, mungkin saya belum. Kalau dengan atasan, bawahan kemudian ke teman-teman sekantor, itu sering. Kita sharing. Jadi gini, pada awalnya kita sendiri kurang memahami ya smart city itu apa, tapi ya seiring berjalannya waktu. Betapa pentingnya kalau kita ikut semacam sosialisasi, atau pertemuan, atau FGD baik itu di provinsi ataupun di luar daerah. Betapa pentingnya untuk menambah wawasan kita sendiri. Konsep itu yang kita sampaikan ke atasan atau ke bawahan. Karena pasti mereka pernah ikut dalam kegiatan yang sama. Istilahnya berbagi pengalaman lah.

2. DEVI HARIANDI (Kasi PPDA)

D: Sebenarnya apa sih alasan pemko pariaman menerapkan konsep smart city ini?

DH: Jadi alasan utamanya, yang pertama, smartcity itu sudah menjadi tuntutan pembaharuan di bidang pemerintahan. Kementrian PAN RB itu sudah mensyaratkan untuk menyelenggarakan sistem pemerintahan berbasis elektronik. Nah, salah satunya, implementasinya adalah melalui smart city. Itu yang pertama. Yang kedua, melalui konsep smart city itu akan dapat meningkatkan pelayanan publik kepada masyarakat dan meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemerintahan. Karena apa? Karena didalam smart city itu sudah termasuk kedalam smart government, smart environment, smart people dan ada beberapa smart yang lainnya. Nah di bidang pemerintahan smart

government, itu aktualisasinya adalah melalui pengembangan aplikasi-aplikasi yang dapat meningkatkan pelayanan kepada publik. Salah satu contohnya adalah aplikasi Si Cantik yang digunakan untuk proses perizinan. Ada juga aplikasi SIAK yang digunakan untuk pengurusan administrasi kependudukan. Kemudian ada juga, kita juga mengembangkan aplikasi e harga yang ditujukan bagi masyarakat untuk bisa memantau harga kebutuhan pokok di pasar. Kita juga memiliki... sekarang ini yang baru kita kembangkan yaitu aplikasi di bidang administrasi desa dan kecamatan. Dimana melalui aplikasi ini, masyarakat dapat melakukan permintaan pembuatan surat secara online tanpa harus datang ke desa. Jadi setelah suratnya selesai, nanti baru datang ke desa untuk menjemputnya. Begitu juga untuk aplikasi-aplikasi yang lain, yang semuanya itu ditujukan untuk bagaimana meningkatkan pelayanan publik dan kualitas penyelenggaraan pemerintahan di Kota Pariaman.

D: Jadi apa tujuan akhir dari smart city itu?

DH: Tujuan akhirnya adalah bagaimana kita bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena memang tujuan akhir dari kegiatan pemerintahan itu adalah... muara akhirnya adalah bagaimana kesejahteraan masyarakat itu bisa meningkat. Ya... baik itu kebutuhan sandang pangannya, kebutuhan pekerjaan, kebutuhan lain yang memang itu menjadi tuntutan bagi masyarakat. Jadi tujuan akhir, muara akhir yang diharapkan dari adanya smart city itu adalah bagaimana kita bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

D: Siapa saja masyarakat yang diundang dalam usaha memperkenalkan smart city ini?

DH: Jadi untuk pelaksanaan smart city ini banyak pihak yang terlibat, yang pertama itu adalah ASN itu sendiri. Jadi kita melakukan o... secara ... artinya kita melakukan pembenahan secara institusional dengan memberikan pemahaman yang tepat kepada seluruh ASN dan juga OPD-OPD yang ada di Kota Pariaman. Bagaimana konsep smart city itu yang sebenarnya. Yang kedua, kita melibatkan pihak swasta. Misalnya kita melibatkan BNI. BNI kita gandeng untuk bisa membantu pemko dalam pengadaan mesin absensi secara elektronik. Kemudian kita juga melibatkan Telkom. Telkom dilibatkan untuk pengadaan bandwidth di Kota Pariaman karena kita sudah memiliki

fiber optik ya... jadi dengan adanya fiber optik ini kita mengharapkan akses internet khususnya di OPD berjalan lebih lancar. Kemudian kita juga melibatkan perguruan tinggi. Kebetulan kemaren ini kita sudah bekerjasama dengan Universitas Andalas dimana pihak UNAND itu mengembangkan semacam blue print terhadap smart city Kota Pariaman... o... membuat semacam pemodelan mengenai smart city yang kemudian pemodelan itu bisa kita implementasikan di Kota Pariaman. Jadi itu pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan smart city karena berbicara tentang smart city itu adalah sebuah kegiatan yang memerlukan usaha dan perhatian yang masif dari semua pihak baik itu pemerintah, swasta maupun masyarakat.

D: Apa yang narasumber katakan dalam acara knowledge sharing yang sudah dilakukan?

DH: Jadi sebelumnya kita pernah mengundang o... dari pemerintah daerah lain, ya, Banyuwangi dimana Banyuwangi ini adalah salah satu kabupaten atau daerah di Indonesia yang maju pengelolaan smart city dan e governmentnya. Dalam knowledge sharing itu mereka menyampaikan bagaimana penerapan smart city itu bisa efektif terutama dalam bidang pariwisata. Dimana kita tahu Banyuwangi itu menjadi salah satu tujuan wisata di Indonesia. Jadi dengan memanfaatkan smart city mereka dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan juga tentunya akan meningkatkan jumlah PAD nya. Kemudian kita juga pernah mengundang dari universitas malaysia, saya juga lupa nama universitasnya. Jadi mereka, dia juga menawarkan smart city melalui aplikasi Trip Advisor yaitu 360 derajat. Jadi artinya mereka membayangkan apa sih yang dibutuhkan seorang wisatawan ketika mengunjungi objek wisata? Nah kita seharusnya menyiapkan kebutuhan informasi itu melalui aplikasi. Misalnya mereka butuh jadwal penerbangan, mereka butuh a... gambaran tentang destinasi wisata yang akan dikunjungi. Mereka butuh untuk melihat fasilitas pariwisata. Mereka butuh untuk bisa melakukan transaksi o... pemesanan fasilitas pariwisata tersebut. Nah semua kebutuhan-kebutuhan wisatawan tersebut bisa kita o... adakan melalui aplikasi Trip Advisor ini. Jadi itu yang mereka sampaikan. Kemudian kemaren terakhir, Pemko Pariaman mengadakan knowledge sharing melalui seorang motivator nasional yaitu Pak Rhenald Kasali. Rhenald Kasali memberikan pemahaman tentang konsep smart city ini ya... melalui kegiatan

pengelolaan manajemen ya. Jadi bagaimana manajemen dalam lingkungan ASN itu bisa mengefektifkan pelaksanaan smart city di Kota Pariaman. Acara ini khusus bagi ASN. Jadi...karena tadi sudah aya sampaikan bahwasanya salah satu upaya dalam pengembangan smart city itu adalah kita menyatukan visi misi dan persepsi ASN ini tentang konsep smart city. Sehingga dengan adanya penyatuan pemahaman tentang konsep smart city, mereka bisa melaksanakan kegiatan-kegiatan smart city di OPD masing-masing. Jadi di sini kita belum melibatkan masyarakat karena kita fokus kepada peningkatan pemahaman ASN terhadap pelaksanaan smart city.

D: Bapak sendiri pernah ndak berbicara dengan masyarakat di luar, di kedai-kedai atau warung?

DH: Kalau saya sendiri itu sering mengkomunikasikan konsep smart city itu pada... melalui organisasi-organisasi kepemudaan. Ya... saya aktif dalam kegiatan karang taruna dan menyampaikan kepada mereka bahwa Kota Pariaman saat ini menuju smart city. Jadi sekarang kita masih road to smart city. Jadi dengan adanya pemahaman masyarakat tentang smart city itu tadi khususnya para pemuda, mereka akan termotivasi juga ya... karena salah satu point penting dalam smart city adalah smart people. Jadi kalau kita ingin membangun sebuah smart city maka harus ada smart peoplenya dulu. Nah melalui kegiatan apa namanya... e... diskusi dengan para pemuda, mereka akan bisa meningkatkan pemahaman mereka tentang apa itu smart city.

D: Ketika diskusi tersebut apa respon dari pemuda atau masyarakat?

DH: Respon mereka kalau kita perhatikan, smart people itu salah satu ujung tombaknya adalah pemuda. Apalagi sekarang ini mereka dijuluki sebagai generasi milenial. Identifikasi generasi milenial, mereka sangat melek di bidang IT. Jadi perhatian mereka di bidang IT yang besar itu akan menjadi modal dasar yang bagus untuk membentuk smart people yang lebih bagus lagi.

D: Pernahkah bapak menyarankan kepada masyarakat baik komunitas tadi untuk menggunakan aplikasi-aplikasi yang telah dibuat oleh pemko pariaman?

DH: O tentu. Jadi o... saya selalu mensosialisasikan, menjelaskan kepada masyarakat bahwasanya untuk proses pelayanan publik, itu bisa dimudahkan melalui aplikasi. Ya, jadi saya juga menyampaikan bahwa untuk perizinan, kita bisa menggunakan aplikasi si cantik dimana mereka bisa secara online untuk mengajukan perizinan, begitu juga dengan proses surat menyurat. Saya sudah menjelaskan kepada mereka, bahkan saya juga menjelaskan kepada perangkat desa dan memotivasi mereka untuk bisa memanfaatkan aplikasi ini. kemudian kita juga memiliki aplikasi sampan namanya, salah satu o... keunggulan dari aplikasi ini adalah bagaimana kita mempersiapkan masyarakat o... melalui kegiatan mitigasi bencana. Jadi salah satu keunggulan aplikasi sampan ini adalah masyarakat bisa o... melaporkan kejadian-kejadian bencana yang ada di daerahnya, ya. Kemudian ditindaklanjuti secara online oleh badan penanggulangan bencana daerah. Begitu juga misalnya, kalau terjadi gempa bumi yang berpotensi tsunami maka akan ada peringatan yang keluar melalui aplikasi tersebut sehingga masyarakat bisa mengantisipasi supaya tidak terimbas bencana tersebut.

D: Apa kendala yang dihadapi dalam menyampaikan konsep smart city ini ke masyarakat?

DH: Yang pertama, kendala utama adalah pemahaman, ya. Jadi ketika kita menjelaskan tentang smart city mereka belum memahami ya... pemahaman dasar mereka itu belum ada sehingga ketika kita membicarakan smart city, kita harus memiliki pemahaman dulu tentang smart city itu. Jadi pemahaman dasar smart city yang belum ada pada mereka. Jadi itu salah satu kendala ya... jadi ketika kita menjelaskan tentang smart city itu sepertinya antara nyambung dan tidak ya... jadi mereka masih mencoba berimajinasi sendiri ya... mencoba meraba-raba sendiri, mengidentifikasi sendiri smart city itu seperti apa. Jadi itu salah satu kendala dalam o... proses mengkomunikasikan smart city.

D: Menurut bapak apakah smart city ini berlawanan dengan budaya masyarakat pariaman?

DH: Kalau berbicara budaya, saya rasa tidak. ya.... jadi tidak ada pertentangan antara budaya masyarakat Pariaman dengan smart city ya, justru bisa mendukung perkembangan budaya tersebut. Misalnya kita...salah satu budaya Kota Pariaman adalah

apa namanya...sering mengadakan kegiatan-kegiatan sosial. kayak apa namanya jadi artinya setiap persoalan-persoalan ditengah masyarakat, itu akan didiskusikan. ya secara bersama. Nah melalui smart city, itu mereka akan lebih memudahkan komunikasi diantara mereka. Nah, jadi smart city itu bukan suatu pertentangan tapi justru bisa mendorong budaya lebih maju.

D: Pernahkah dinas kominfo mengkomunikasikan tentang hal ini melalui media sosial?

DH: Dinas Kominfo memiliki media center. Ya jadi media center ini selalu menyampaikan informasi tentang kegiatan-kegiatan Pemko Pariaman. Jadi media center ini adalah salah satu sarana ya... sarana utama sejak RRI tidak, satu-satunya mungkin yang menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Dan begitu juga melalui website. Dalam media center itu banyak menyampaikan mengenai kegiatan smart city yang ada di Kota Pariaman ataupun menjelaskan tentang program-program apa saja yang telah, sedang dan akan dilaksanakan untuk pengembangan smart city.

3. SEPDI ARMET (KASI INFRASTRUKTUR)

D: Apa sebenarnya alasan pemko Pariaman menerapkan smart city ini

SA: Perlu digaris bawahi bahwa konsep smart city sudah dicanangkan sejak tahun 2014 ketika itu bapak Walikota Mukhlis Rahman dan wakilnya Genius Umar. Jadi faktor atau alasan apa yang mendorong pemko pariaman menerapkan konsep smart city yang pastinya untuk mensejahterakan masyarakat di Kota Pariaman. Dalam indikator-indikator smart city itu meliputi kesehatan, pendidikan, lingkungan. Yang jelas adalah bagaimana pemerintah Kota Pariaman bisa memberikan pelayanan yang baik dan terkendali dengan baik. Jadi konsep smart city bukan hanya berbicara teknologi informasi tapi berbicara bagaimana melayani masyarakat secara baik dan cerdas.

D: Jadi kedepannya Kota Pariaman diharapkan menjadi seperti apa?

SA: Jadi harapannya masyarakat Kota Pariaman itu bisa memberikan pelayanan kepada masyarakat contohnya pendidikan gratis, kesehatan gratis terus di lingkungan pelayanan kepada masyarakat dengan menggunakan teknologi informasi yang baik. Jadi smart city itu kedepannya pasti kesejahteraan masyarakat. Kemajuan teknologi kedepannya pasti

akan ada perubahan lagi. Tuntutan masyarakat kedepannya pasti akan berubah lagi. Jadi konsep smart city kedepan-depannya pasti akan berubah-berubah terus setiap tahunnya.

D: Siapa saja yang diundang dalam setiap sosialisasi tentang smart city kepada masyarakat?

SA: Sebenarnya untuk sosialisasi melibatkan beberapa OPD yang melakukan... untuk sosialisasi. Contohnya dari dunia pendidikan, ada Dinas pendidikan melibatkan pastinya orang tua murid, sekolah sendiri terus pastinya guru-guru juga, pihak sekolah. Tujuannya apa? Bagaimana pelajar-pelajar kita ini bisa belajar baik o... menerapkan konsep-konsep pendidikan yang lebih bagus dan menambah ilmu pengetahuan. Contohnya tidak hanya di sekolah tapi juga ada magrib mengaji untuk menambah pengetahuan agama dan ada konsep dari pemko yang pernah dulu digaungkan contohnya o... sekolah itu lingkungan yang ramah. Kedua, kalau dinas kesehatan, bagaimana melayani e.. disosialisasikan kepada masyarakat, dilaksanakan oleh dinas kesehatan kepada masyarakat juga ada puskesmas-puskesmas tentang bagaimana pelayanan BPJS dan pelayanan kepada masyarakat tentang mengurus urusan kesehatan. Ada lagi dari dinas dukcapil, bagaimana melayani pengurusan kartu keluarga, kartu kematian, KTP sekarang itu bisa secara online. Itu salah satu bentuk terobosan smart yang dilakukan pemko Pariaman melalui disdukcapil. Kalau untuk dari Dinas Kominfo sendiri ada penggunaan beberapa aplikasi untuk ... LAPOR. Lapor masyarakat dan apalagi namanya...o... penerapan aplikasi e kinerja untuk pelayanan e... TPP bagi ASN sendiri dan adalagi pengurusan keuangan. Kita menggunakan jaringan secara terkoneksi antar OPD. Itu yang namanya terobosan yang dilakukan pemerintah Kota Pariaman melalui dinas Kominfo. Dan masih banyak aplikasi yang dikembangkan. Contohnya tentang peringatan dini tsunami yang dikembangkan oleh Dinas Kominfo sendiri melalui usulan BPBD. Kota cerdas itu ada enam indikator yang ada disana, salah satunya tentang smart egov yang didukung oleh teknologi informasi. Jadi berbicara tentang smart city, tidak hanya berbicara sebatas teknologi informasi, teknologi informasi adalah salah satu pendukung dari smart city itu sendiri. Tidak bisa kita pungkiri, dengan revolusi 4.0 itu mau tidak mau kita harus menerapkan teknologi informasi di e... goverment sendiri.

Yang kita undang ke Kota Pariaman tentunya adalah daerah-daerah yang telah menerapkan smart city. Smart city berjalan terus ya... bukan stagnan... ada kekurangan kedepannya kita perbaiki. Ya artinya daerah-daerah yang telah melaksanakan smart city lebih baik dari kita contohnya daerah Banyuwangi, daerah Semarang, ada juga dari pihak telkom sendiri yang mengembangkan smart city nasional. Jadi mereka memang menjelaskan tentang konsep smart city yang mereka bangun. Mereka memang memberdayakan masyarakatnya, bagaimana mengelola lingkungan dengan baik, pemanfaatan listrik dengan baik. Contohnya di Semarang, mereka bisa mengontrol Traffic di jalan raya bagaimana mereka bisa mengatur traffic lightnya lampu penerangan jalannya. Itu bisa mereka atur secara otomatis menggunakan smart light nya. Sementara di Banyuwangi mereka menerapkan konsep smart city lebih ke IT juga ke masyarakat juga dan pengolahan sumber daya desanya. Jadi lebih ke berbagai pengalaman. Mungkin kita bisa melihat ke daerah Banyuwangi. Banyuwangi itu salah satu kabupaten yang tertinggal di Jawa Timur tapi dengan penerapan smart city dari berbagai aspek mereka bisa menjadi daerah percontohan bagi kita dalam menerapkan konsep smart city.

D: Konsep smart city itu pernah tidak dibicarakan dengan atasan, bawahan, teman sekantor maupun masyarakat?

SA: Sebenarnya ada. Malah Walikota sering mengundang beberapa OPD membicarakan konsep smart city ini. Kalau saya sendiri lebih fokus ke pembenahan yang ada di... smart city ya... smart city saya lebih fokusnya ke bidang infrastruktur teknologi informasi. Jadi kalau untuk masalah smart city yang berkaitan dengan teknologi informasi pastinya setiap hari kita bicarakan dengan bawahan. Contohnya bagaimana kita bisa melayani traffic internet atau jaringan di puskesmas, bagaimana berkoordinasi dengan pihak-pihak apa namanya e... konsultan, bagaimana caranya menerapkan aplikasi ini supaya berjalan dengan baik.

D: Bagaimana dengan ke masyarakat?

SA: Ya... mungkin beberapa informasi sudah kita sampaikan ke masyarakat contohnya tentang aplikasi LAPOR. Aplikasi LAPOR itu kan bagaimana masyarakat ini

melaporkan secara cepat o... tentang pengaduan masyarakat contohnya e... lampu merah itu rusak, jalan rusak mereka bisa langsung melaporkan. Atau kita menyampaikan kepada masyarakat bahwa sekarang di Kota Pariaman kita sudah mempunyai mobil gratis untuk pelajar. Bus sekolah sekarang... bus sekolah kita di Kota Pariaman melayani rute untuk SMP, SMA semuanya sudah ada bus sekolah. Kita bicara itu... ada pelayanan gratis bus sekolah sangat banyak dampaknya bagi orang tua murid. Kita sudah membicarakannya di kedai-kedai.

D: Apa saja kendala dalam menyampaikan kosep smart city ini kepada masyarakat?

SA: Jadi karena bahasanya wah ya smart city. Tapi smart city itu bagi masyarakat sendiri mungkin yang terlintas dalam pikiran mereka wah internet... internet. Padahal smart city itu sendiri ada enam indikator, enam pilar yang mendukung tercapainya smart city seperti yang sudah kita sampaikan sebelumnya. Jadi e... tidak salah kalau mereka mungkin kurang pula ikut sosialisasi tentang apa itu sebenarnya smart city. Kedepannya kita akan mungkin memberikan penjelasan lebih tentang apa smart city itu. Jadi mungkin sebagian sudah saya sampaikan tentang smart city, tapi ya tidak secara keseluruhannya. Saya menyampaikannya secara luas. Saya pernah sampaikan bahwa smart city itu ada beberapa indikator pendukung, salah satunya memang tentang internet ini. Internet untuk pelayanan untuk masyarakat contohnya LAPOR, e-puskesmas, pengurusan di capil didukung oleh e-government tadi.

D: Nah, bagaimana dengan ASN di lingkungan Pemko Pariaman sendiri?

SA: Kalau untuk ASN menurut saya mungkin sudah banyak yang paham tentang smart city karena sejak tahun 2014 sudah mengarah kesana. Awal-awal konsep smart city itu mereka berbicara internet. Tapi dengan seringnya narasumber dari daerah lain yang datang ke Kota Pariaman, pemahaman tersebut sudah mulai e... berubah. Telah sampai kepada mereka bahwa smart city bukanlah berbicara tentang internet. Internet itu adalah salah satu pendukung smart city di Kota Pariaman di e government. E government itu memang didukung oleh perangkat IT semua karena elektronik government.

D: Pernah tidak bapak berbicara tentang e government kepada komunitas-komunitas di Kota Pariaman

SA: Kalau berbicara pribadi mungkin belum, tapi kalau berbicara kedinasan ada. Ada seksi yang mengelola komunitas-komunitas IT, dan komunitas-komunitas lain yang langsung berhubungan ke masyarakat tentang apa sih itu smart city.

4. IWAN RISGIANTO (KASI LAYANAN E GOV)

D: Apa alasan pemko pariaman menerapkan konsep smart city ini?

IR: Kota Pariaman menerapkan konsep smart city dilandasi dengan arti dari kota cerdas itu sendiri. Jadi sebenarnya pemko pariaman menginginkan pelayanan yang ada oleh pemko ke masyarakat itu mempermudah. Jadi apa namanya..teknologi itu diinginkan oleh pemko itu mempermudah masyarakat, mempermudah pemko sendiri, mempermudah ASN sendiri untuk kehidupan sehari-hari. Konsepnya sebenarnya itu. Karena emang konsep kota cerdas itu sebenarnya memanfaatkan teknologi untuk kemudahan dalam kehidupan.

D: Apa tujuan akhir Pemko Pariaman dalam menerapkan konsep smart city ini?

IR: Mempermudah masyarakat dengan bantuan teknologi. Misalkan, perizinan. Perizinan itu dilakukan dengan online, terus pihak yang mengurus perizinan tinggal ambil aja hasilnya ke kantor.

D: Untuk memperkenalkan konsep smart city ini kepada masyarakat apa saja usaha yang telah dilakukan pemko Pariaman?

IR: Sebenarnya sudah banyak sih yang dilakukan. Contohnya kayak bimtek dengan mengundang narasumber dari luar daerah. Sosialisasi juga ada dilakukan. Sosialisasi tentang apa manfaat dari konsep smart city itu. Terus bimtek tentang apa sih kegunaan teknologi itu sendiri. Kami juga pernah melakukan sosialisasi tentang keterbukaan informasi untuk desa. Itu kan konsep bagaimana desa itu mencari informasi, bagaimana desa itu mengeluarkan surat. Itu contohnya. Jadi lebih... apa namanya... pada penerapannya.

D: Dalam sosialisasi tersebut siapa saja yang diundang?

IR: Banyak. Dari ASN terus masyarakat, perangkat desa, terus dari unsur-unsur terkait, kayak FORKOPIMDA juga diundang. Lebih... apa namanya... lebih memperkenalkan. Jadi kadangkannya pemahaman masyarakat sendiri tentang konsep smart city itu masih... internet kencang seperti itu. Sebenarnya bukan itu. Sebenarnya kita menggunakan... sama aja seperti ini, kita mau ke Padang misalkan. Kan banyak itu... alatnya banyak... bisa pake motor, bisa pake sepeda, bisa pake bendi misalkan. Tapi ada jalan yang lebih cepat misalkan pake kereta. Nah smart city itu sebenarnya kan tool aja. Alat untuk mempermudah. Kalau kita pengen cepat ya pakailah ini. ya seperti itulah analoginya.

D: Bagaimana respon masyarakat ketika pemerintah menyampaikan konsep smart city ini?

IR: Responnya masih beragam sih. Cuma, contoh responnya. Pemahaman mereka masih beragam itu tadi. Ya untuk tugas dari pemerintah sendiri yang agak berat ya itu. Jangan cuma infrastruktur yang dikejar tapi SDM. SDM itulah dengan pelatihan karena pelatihan itu kan... karena membangun SDM itu lebih susah daripada membangun infrastruktur. Mungkin itulah kedepannya yang perlu diperkuat oleh pemko karena ASN sendiripun untuk pemahaman tentang smart city itu masih beragam juga. Mungkin nanti e... kominfo mempunyai tugas selain membangun infrastruktur, pengembangan SDM juga perlu ditambah untuk apa namanya... untuk memahami konsep yang telah dibangun ya itu dengan itu tadi, infrastruktur dibangun, pemahaman disiapkan, a... baru nanti jalan.

D: Terkait sosialisasi yang sudah dilakukan, apa saja yang disampaikan narasumber?

IR: Narasumber kemarin ada dari Semarang. Narasumber membahas... ya contohnya salah satunya yaitu bagaimana sih e... layanan itu baik di pemerintah kota Pariaman. Layanan itu dalam bentuk apa. Ya itu tadi layanan kan banyak... capil layanan seperti apa, dpmpstsp seperti apa, desa kelurahan seperti apa. Jadi itu pun berkelanjutannya dengan laporan. Lapornya jadi lebih enak... misalkan desa siskeudes gimana... ya itulah. Intinya mereka menyampaikan bahwa smart city itu bukan cuma internet, satu... jangan sampe gagal pahamnya di situ. Internetnya kencang itu udah smart city. Bukan seperti itu karena smart city itu faktornya banyak sih. Cuma pemerintah sendiri, kayak

presiden sendiri kan layanan yang lebih digiatkan. Mungkin smart city, dengan layanan yang baik, layanan yang tidak rumit, udah merupakan salah satu faktor mencapai smart city tadi.

D: Pernahkah bapak menyampaikan konsep smart city ini kepada masyarakat di kedai-kedai atau di warung-warung kopi?

IR: Ya pernah sih... di kedai kopi. Kita bertukar pendapat aja sih karena ada gaung Pariaman menuju smart city. Mereka secara... kalau berkenaan dengan layanan sangat mendukung. Cuma ada kendala kalo berkaitan dengan internet. Kan internet lebih banyak orang memakainya ke negatif. Ya itu tadi, mungkin dengan adanya infrastruktur, pengembangan SDM nya diperbanyak mungkin mereka akan paham o ya bagaimana mengendalikan internet itu sendiri. Tapi kalau berkaitan dengan layanan mereka setuju, malah mendukung itu untuk pengembangan layanan. Seperti izin, dua hari selesai, tak perlu lama-lama. Kalo dulu kan izin, menunggunya lama.

D: Pernahkah masyarakat didorong untuk menyampaikannya ke masyarakat lainnya?

IR: Mungkin itu kurang. Tapi mungkin ke depan dengan adanya desa sekarang juga sudah terkoneksi internet, dengan adanya penambahan jadwal untuk... apa namanya...sharing ilmu ke.desa mungkin kedepannya akan seperti itu... pengembangan itulah yang akan kita kejar lagi. Itu tugas dari kominfo, untuk menyalurkan ke masyarakat, karena kan melibatkan banyak unsur di desa misalkan karang taruna, ninik mamak, banyak di situ.

D: Pernahkah menyampaikan konsep smart city ini ke generasi milenial dan komunitas?

IR: Kalau ke generasi milenial mungkin sudah sering. Ke generasi milenial lebih sering kepada manfaat dari TIK itu sendiri. Mereka sudah semakin paham gitu. Kalau kominfo kota Pariaman, komunitasnya masih belum jalan. Cuman turunan dari kementrian kominfo ada relawan TIK. Itu sudah banyak jalan. Contoh kayak kemaren ada bimtek juga di Pariaman, mereka menjelaskan tentang... mungkin berkaitannya lebih ke apa... sisi positif dari internet. Mereka lebih menjelaskan ke situ sih. Lebih... memahami konten itu seperti apa gitu.

D: Apa saja kendala yang dihadapi kominfo dalam menyampaikan konsep tersebut?

IR: Kendalanya di situ sih... mungkin dari sisi pelatihan kurang. Mungkin nanti ke depan ada anggaran yang lebih banyak untuk peningkatan SDM baik ASN, masyarakat, desa dan lain-lain. Jadi itu mungkin lebih ditambahkan karena penganggaran yang apa namanya... yang terdahulu lebih sedikit sih, mereka lebih konsen pada infrastruktur. Infrastruktur menganggarkan uang sekitar sekian, di peningkatan SDM tidak ada separohnya. A itu mungkin yang lebih ditambah. Lebih mengedukasi masyarakat karena itu yang paling penting. Karena percuma aja kita mengeluarkan anggaran gede, tapi masyarakat tidak paham tentang itu, kan mubazir juga gitu.

Kalau dengan kawan-kawan di kantor kita lebih banyak berdiskusi mengenai konsep kedepannya apa sih, mungkin lebih ke pelayanan sih. Apa sih yang perlu kita ciptakan untuk melayani mereka... masyarakat. Kalau kami kan melihatnya... karena infrastruktur sudah ada gitu kan, apa sih yang mau kita isi di situ untuk pelayanan ke masyarakat. Lebih kesitu sih. Menciptakan teknologi yang ya itu tadi... mempermudah aplikasi atau apalah... TIK itu sendiri untuk mempermudah urusan. Apa sih yang perlu kita kerjakan.

D: Menurut bapak sendiri apakah smart city ini sudah sesuai untuk diterapkan di Pariaman?

IR: Kalau dari konsep TIK itu untuk mempermudah, dimanapun sesuai. Tapi kalau TIK itu mempersulit berarti smart city tidak perlu. Tapi kalau TIK itu mempermudah segala urusan dalam kehidupan kita itu sangat sangat cocok. Dimanapun. Smart city tidak bertentangan dengan budaya. Teknologi itu kan kita yang handle. Kalau kita punya senjata ya kita yang memenej teknologi itu sendiri. Masyarakat harus cerdas setelah cerdas dia bisa memenej senjatanya. Teknologi itu senjata aja. Itu makanya diperlukan edukasi yang mungkin tidak cuma sekali dua kali karena mengedukasi itu yang susah.

D: Bagaimana dengan ASN yang belum memahami konsep ini?

IR: Ya itu tadi, kadang pak walikota sendiri sudah... sudah apa ya... mungkin lima tingkat lebih maju pemahamannya, ya mungkin nanti ada kerjasama... sebenarnya

kalau tugas mengedukasi si ASN bukan tugas kominfo aja. Tugas OPD-OPD itu juga mengedukasi. Mungkin perlu kerjasama sih. Masih kurang itu, misalnya dari BKPSDM bagaimana mengedukasi mereka, dari OPD lain juga mengedukasi. Di luar tanggung jawab kominfo juga ada untuk mengedukasi. Mengedukasinya kan tentu ada bermacam-macam... ada beberapa kegiatan. Itu kan tidak terhandle semuanya oleh kominfo karena yang akan diedukasi itu kan seluruh kota. Kadang pak Walikota juga memberikan... apa namanya... treatment sebenarnya. Kadang ASN itu dikumpulkan dalam suatu rapat... rapat bersama. Tu mereka mengedukasi. Pak wali keinginannya seperti itu. Itu kan sebenarnya edukasi juga dari Walikota langsung, OPD tinggal menindaklanjutinya.

MASYARAKAT

5. OYONG LIZA PILIANG (Pemilik Media Online “Pariaman Today”)

D: Abang menggunakan media sosial tidak?

OLP: Iyo. Banyak. Facebook, twitter, linkedin, instagram, WA, telegram, we chat. Banyaklah pokoknyo.

D: Apa kegunaan media sosial untuk abang?

OLP: Media sosial. Yang partamo, ruang sosial awak kan lah duo kini. Partamo, ruang nyata, sudah tu alam maya. Jadi media sosial tu partamo, memantau perkembangan di kampung awak jo di rantau, kawan-kawan awak yo kan. Pokoknyo arus utama perkembangan informasi di sinan. Di media sosial tu. Baik perkembangan politik.

D: Apa fungsi internet untuk abang?

OLP: Banyak. Partamo untuk mencari-cari informasi. Kaduo balanjo online. Sudah tu untuak server dek abang. Abang kan punyo website... portal yo kan. Portal berita. Tergantung bana jo internet ko.

D: Apa yang abang pahami tentang konsep smart city ini?

OLP: Smart city tu kan kota cerdas. Kota yang menggunakan teknologi informasi yo kan dalam sektor kehidupannyo. Dan itu alah taraso di Pariaman kini. Contoh dari sisi

apo se dulu... misalno awak kini ko litak paruik di rumah, a pasang... bukak aplikasi go jek, pasan makanan. Itu satu. Yang kaduo informasi sebelum kalua beritanya, lebih tahu dulu. Misalno ado urang kok tatangkok narkoba atau baa gai misalno walaupun itu alun berita setelah itu berita e. Informasi itu abang dapek dari media sosial yang privat misalno kan kayak telegram, kayak apo...kayak WA. Abang kan punyo anggota di lapangan. Beko inyo maagiah tahu beko tu. Dari sinan tu abang meeting. Rapek redaksi di WA senyo di grup. Misalno maarahkan wartawan, kasinan, kaja itu. Misalno, iko isu... abang caliak isu yang berkembang kini iko. Beko dari... via online itu abang maarahan. Yo rapek redaksi pindah ka online jadi nyo.

D: Apakah dampak smart city kepada pariwisata kota pariaman?

OLP: Dampakno pasti adolah. Partamo, satiok urang datang ka Pariaman kan paliang indak inyo bafotonyo beko tibo ka media sosial pribadinyo, di facebook kek, di instagram kek. A itu kan alah self... self selling namo e. Alah menjual dengan sendirinyo e kan potensi yang ado tu. Tinggal bagaimana awak mambuek imej itu tetap positif. Jadi di situ tadi tu peranno penting, peran masyarakatno, pelaku wisata e. Kan pelaku wisata kan tergantung jo urang, tergantung dengan imej. Pemerintahno, baanyo... sarana dan prasarananyo dilengkapi, keamanan, sagalo macam. Sajauah ko Pariaman tampek wisata yang aman. Setelah itu tu yo... kekurangannyo tantu adoh. Beberapa spot-spot di Pariaman ko alun...awam...alun dikenal. Alun ado yang terintegrasi aplikasinyo lai. Seharusnyo ado aplikasi yang khusus untuak destinasi wisata Kota Pariaman ko. Kedepannyo, misalno kan, ka pulau angso, awak bali tiket via online dulu yo kan, setelah itu dima menginap awak. A itu tu paralu nanti tu. Seandainyo...itu alah ado dalam utak abang tapi alun sempat abang sampaian ka Genuis lai doh karano abang alun basobok jo inyo lai doh. Kalau ado nanti abang sampaian. Dan yang memulainyo bukan swasta tapi pemerintah. Kalau swastanisasi juo... swasta kan inyo bergerak apobilo tapikia dek nyo kan. Kebetulan kini, dulu tapikia dek abang. Abang indak urang swasta doh. Kebetulan abang dakek dengan urang pemerintah, ide-ide seperti itu yang akan abang lemparkan ka inyo.

D: Dari segi ekonomi apa perubahan yang nampak dek abang?

OLP: Jadi wisata ko mode ko. Sektor wisata itu punyo daya ungkit yang luar biasa ka sektor-sektor lain e. Jadi ko sektor wisata, daya dongkraknyo ka sektor lain, misalnya jasa yo kan, ekonomi sektoril yang langsung ka masyarakek nyo misalnya, dengan adanya kafe-kafe ko ado peluang usaha nyo, kan tabukak peluang-peluang usaha. Sudah tu di kampuang abang di Pauh dakek Talao tu kan kini banyak badiri kafe-kafe, induak-induak daripado manuang-manuangnyo kan. Dulu induak-induak tu mampakecekan urang jo karajonyo kan, ngerumpi jo nyo kan. Kini mencari pitih nyo lai. A tu kadang-kadang dengan keterbatasan pikirannyo ado ide-ide baru dek nyo tumbuah. Ndak caro-lamo nyo buek lai doh. Dulu kalau indak tip dipasang kuek-kuek ndak sanang maimbau urang doh. Kini ndak sarupo itu lai doh. Alah mulai inovatif e. Inyo buek bebek-bebek, nyo buek taman-taman tu rancak-rancak. A seperti itu tu.

D: Apakah masyarakat mendukung smart city di Pariaman ini?

OLP: Masyarakat walaupun inyo indak tau apapun tentang smart city, tapi inyo secara tidak langsung a... smart city itu inyo terapkan dalam kehidupan sehari-harinyo. Tingga bagaimana pemerintah... pasalnya di Pariaman ko indak ado wilayah blank spot doh. Kota pariaman adalah kota yang kecil, kota yang kalau dicaliak dari satelit adalah kota yang hijau. Hijau dari sisi internetnyo. Istilahnyo takaver kasadonyo. Istilahnyo indak wilayah kuniang doh. Istilahnyo takaver oleh seluruh jaringan. Jadi dengan terkavernyo dek seluruh jaringan tadi tu, yo sangaik ...sangaik potensial untuak penerapan smart city itu tadi.

D: Pernah ndak pemerintah menyampaikan kepada abang tentang konsep smart city ini?

OLP: Justru acoklah. Soalnya abang kan media. Media. Sangaik banyak ide-ide pemerintah mulai dari water front city, tentang baa namonyo a... penerapan smart city itu tadi. Contohnya dengan adonyo jaringan internet di tampek-tampek wisata kan ka media juo partamonyo dulu. Istilahnyo... seandainya pun alun mangeceknyo kadang-kadang media yang bantanyo. Nah bahkan kadang-kadang media yang memulai, kalau diagiah itu baa, rancak cek e.

D: Abang pernah ndak menyampaikan kepada masyarakat?

OLP: Jadi smart city itu, itu kan bahasa yo kan. Bahasa. Linguistik. Dengan bahasa sehari-hari seringlah. Acoklah. Contohnya ndak, iko dima bali e ko yong, o online. A ko murahnyo langsung dari cino bali e ko. Baa caro e?. A iko aplikasinyo, takah ko caro mambalinyo. Atau seperti a misal e... seperti daerah-daerah wisata di Pauh misalnya kan, a... baa caro mengenalan ko? Anuan ka facebook buek an laman e ciek. Buek halaman facebook ciek cek wak kan. A beko upload anu tu. A beko takenal surang je tunyo cek wak. Wak takah ituan. A itu adalah bahasa-bahasa smart city. Cuma yang bisa dipahami oleh masyarakat.

D: Selama abang menyampaikan konsep tersebut ada ndak respon negatif dari masyarakat?

OLP: Sejauh ko ndak ado respon yang negatif dari masyarakat doh. Rato-rato masyarakat di Pariaman ko rato-rato malah yang buta huruf sama sekali pasti ado di Pariaman ko anduang-anduang e kan. Kadang-kadang nyo mancaliak tu, co caliak kakak ku di facebook. sadang manga kini e. Co...co caliak, inyo ndak mangarati kan, caliak-caliak nan di rantau. Umumnyo indak ado masyarakat awak tu yang ingin digilas oleh perkembangan zaman doh. Inyo mengikuti. Kenapa? Karano inyo bagian dari itu, misalnya inyo seorang nenek, anak e, cucu e, istilahnyo sehari-harinyo di media sosial. Positifnyo ado.

D: Apakah smart city bertentangan dengan budaya masyarakat pariaman?

OLP: Indak ah. Budayapun bisa di smart city an. Smart city tu kan tool. Pisau kalau dibaok mangubak bawang, sagalo macam tu bagunonyo. Apapun hal nyo segala yang dipergunakan ke positif itu bagus. Bausaho masyarakat awak kan, bagabuang nyo dengan... o dengan go food misalnya kan. Itu menguntungkan baginyo. Misalnya inyo punyo tampek wisata misalnya ataunyo sektor jasa. Jadi itu sangat menguntungkan.

D: Pernahkah abang menggunakan aplikasi yang disediakan oleh Pemko Pariaman?

OLP: Alun. Untuak a dek abang. Abang punyo nomor kontak urang tu. Kalau ado masalah telpon se langsung. Kalau profesi abang, sejauh ko memang ndak ado

gunonyo doh. Jalur yang lebih capek dari itu ado kan. Misalnoy ado hal-hal yang paralu, ancak langsung awak mangecek ka stakeholder terkait.

D: Apa yang sering abang share di media sosial?

OLP: O banyak yang dishare di media sosial. Tentang Kota Pariaman, politiknyo. Analisa-analisa politiknyo, setelah itu spot-spot menarik, a...iyo kan. Pokoknyo ado tampek-tampek anu... difoto. Dibagian dari kamera awak. Apobilo daerah awak rami, tu kan menguntungkan bagi awak tu. Smart city...masyarakaik awak dengan raso kecintaannyo, raso memiliki daerahnyo yang tinggi tu secara tidak langsung akan mempercepat terjadinya smart city tu.

D: Apa kira-kira yang kurang dan masih perlu dilakukan oleh pemerintah?

OLP: Kalau kurangnyo tantu masih banyak sebab awak daerah yang baru dalam tanda petik baru limo tahun ko baru dilirik urang. Istilahnyo pariwisata awak, era Mukhlis Genius, waktu Genius jadi wakil, itu baru nampak dek urang baa Pariaman. Dulu Pariaman ko ma ado urang singgah mode ko. Ndak ado doh. Kini ko pariaman sedang menuju bentuk ideal e. Bentuk idealnyo dengan pembangunan-pembangunannyo, dengan inovasi-inovasinyo, nyo akan menuju bentuk ideal bagi Kota Pariaman itu sendiri.

D: Apa alasan abang mendukung smart city?

OLP: Yo partamo, dengan adonyo konsep kota cerdas tadi itu yang diuntungkan adolah masyarakaik termasuk abang sendiri. Artinyo apabila konsep smartcity itu berkembang yang diuntungkan tu masyarakaik nyo, sektor ekonominyo,.. sagalo macam. Jadi manggunoan teknologi informasi jadi e kini lai. Misal maurus-urus surek misalnoy kan, kedepannyo... kini kan alah diterapkan diinternal tando tangan digital, masyarakaik nanti bisa jadi kalau nio maurus apo-apo gai nyo, cukuik masuk lewat aplikasi, isi data, beko bisa via online se sado alah e mungkin. Mungkin nanti.

D: Bagaimana masyarakat yang belum paham dengan sistem online ini?

OLP: O iyo. Itu kan desknyo indak ilang kasadonyo doh. Desk untuak online adoh, desk yang regulernyo kan tetap ado.

D: Sebenarnya apa tujuan smart city ini di Pariaman?

OLP: Untuk masyarakaik, yang partamo dengan terwujudnyo smart city, masyarakaiknyo akan terintegrasi lebih eratnyo dengan pemerintahan, dengan ekonomi, dengan media sosial, akan lebih gampangnyo berkomunikasi, berbaur. Contoh dengan pemerintah misalnya. Bukak aplikasi-aplikasi yang ado di pemerintah taunyo misalnya o iko kawasan iko... o untuak maurus-urus iko takah ko caronyo, misalnya. Inyo waktu ndak baa ... ndak banyak tabuang.

D: Masih perlukah pemerintah mengedukasi masyarakat tentang smart city?

OLP: Edukasi itu penting. Cuma masyarakaik itu sendiri, apa smart city itu inyo alah memahami dengan bahasonyo sendiri. Nah pemerintah paliang-paliang mengedukasi masyarakaik apobilo ado momen-momen sajo, sebab masyarakat alah tahu apo itu smart city cuman dengan pemahaman dan bahasonyo sendiri.

D: Adakah perubahannya terhadap budaya di pariaman sekarang ini?

OLP: Budaya. Budaya ko selalu dipengaruhi oleh zaman. Berasimilasi dengan perkembangan zaman. Contoh dari zaman batu, budaya batu, nyo selalu akan mancocokkan diri e jo zaman tu. A mungkin yang bakurang dari segi budaya anu lai... bakumpua-kumpua di surau. Istilah e seperti dulu. Dulu kan surau tu tampek a... ruang sosial juo. Ruang sosial bapindah. Contoh abang pernah meneliti kenapa pasa langang. A kesimpulan bang bukan pasa langang, masyarakaik awak memindahkan a...caro balanjonyo, dari caro balanjo yang reguler yo kan ka yang lebih canggih atau online, sahinggo pasa langang khususnya yang manjua barang di bawah duo kilo barek e. Kanai dampak sadonyo. Jadi setiap perkembangan zaman selalu ada korban. Akan ada korban. Korban itu dalam arti bukan berarti secara negatif, adalah orang-orang yang tidak o... anu...mengikuti perkembangan zaman, yang digilasnyo. Akan ado korban. Tapi masyarakaik awak indak. Inyo lai bisa mengikuti perkembangan zaman.

D: Hal-hal apa yang telah abang lakukan dalam mendukung konsep smart city ini?

OLP: Banyak. Dengan mengadakan penelitian-penelitian yo kan. Dengan mengunjungi spot-spot wisata, abang tulis, yo kan. Dah tu setiap hal yang abang tulis tu baik tentang ekonomi masyarakatnyo, baik tentang pariwisatanyo, baik tentang pembangunannyo, itu bagian dari mengedukasi masyarakat.

Jadi dengan smart city, dengan perkembangan teknologi informasi, gap... jarak... yo kan... antaro pemerintah dengan masyarakatnyo sangat tipih bana. Contoh, ado misalnya hal-hal yang patuik yang harus diketahui kalau dulu bajanjang-janjang, ka kapalo desa malapor dulu, di kapalo desa kadang indak sampai ka meja walikota doh. Kalau kini ko, cukuiknyo foto, inyo agiah caption, sudah tu nyo tauikan k anu... nyo mention k akun pribadi walikota atau ka instagramnyo atau ka facebooknyo. Tu alah bisa direspon langsung dek walikota. Walikota kan tingga parintah jo nyo. O anu... ko...ko... baa ko a. Kalau dulu tu sangaik susah. Walikota manarimo laporan dari anggotanyo kini capek tahunyo. Mamantau dari...dari media sosial. Karano ruang tu alah ado, ko ruang komunikasi ko a. Siapapun bisa bakomunikasi tamasuak awak dengan walikota, walikota dengan masyarakat karano ruang komunikasi tu yang tersedia. Jadi aksi dan reaksi tadi tu tercipta dengan sendirinyo.

6. BUDI SETIAWAN (seniman)

D: Apakah Budi menggunakan internet dan media sosial?

B: Iyo

D: Apa kegunaannya untuk Budi?

B: Kegunaannyo yo berbagilah ndak. Kalau awak yo, ado informasi, untuak album awak, promosi-promosi. Kalau untuak whatsapp tu lah jaleh tu untuak komunikasi awak, job masuak, urang bisa menghubungi awak lewat itu kan. Kalau instagram lah jaleh tu promosi awak. Apo yang ka awak kaluakan dalam media sosial, instagram awak tu. Kalau untuak youtube tu alah jaleh awak untuak lagu-lagu terbaru mode...karya awak yang terbaru. A disinan awak masuakan. Masalahnyo kalau untuak awak kini, kalau untuak penjualan kaset lah ndak ado lai doh gitu. Jadi ka youtube painyo lai gitu.

Kalau manjua kaset, ndak ado urang mambali kini lai doh, lah agak payah kini. Urang langsung mancaliak di youtube je nye kan.

D: Kalau menurut Budi penting nggak media sosial tersebut?

B: Penting. Karano dari situ bisa mampromosian diri, album.

D: Kan kini ado gaung smart city. Apo yang Budi ketahui tentang smart city?

B: Sajak ado smart city ko dalam 3 tahun balakangan ko sapanjang pantai ko alah barubah mah. Awak bisa mancaliak di siko, dari ujuang ka ujuang kan, alah ado, manjadi tampek wisata sado e. Kama nek e, bapoto urang. Kan itu tu. Caliaklah. Kalau dulu urang bakumpua je di sinan tu ha di pantai gandoriah. Yo lah barubah. Kalau dulu ko...batang aru e sado e ko nyo a. Kini alah barasiah, alah jadi tampek wisata. Dulu wc terpanjang kecek urang siko dulu.

D: Terkait dengan konsep pariaman smart city cocok atau bagus tidak diterapkan di kota Pariaman?

B: Kalau di Pariaman baguslah. Masalahnyo, disiko salah satu objek wisatanyo. Kalau dari segi transportasinyo, otomatis urang tabaok kamari. Jadi awak caliak di siko, untuak wisata kan, lumayan rami urang datang.

D: Pernah ndak Budi membagikan informasi tentang Kota Pariaman ke masyarakat luar?

B: Jauah sabalun urang di piaman ko promosi, mungkin awak yang labiah dulu mampromosian lewat album-album awak. Dari album-album tu, di pariaman ko wak ambiak sadok e. Jadi urang lah mancaliak, o lah mode ko Pariaman kini. Awakpun kalau basobok jo kawan-kawan dari lua piaman, otomatis, misal e nio basobok, ya udah awak baik kamari. Jadi indak di rumah, langsung baik kamari. Jadi langsung nampak pantai dek e. Jadi siapapun kawan-kawan awak nan dari lua tu, pasti awak baik kamari. Basobok e disiko.

7. RUSTAM (Ketua Gapoktan)

D: Apo bidang pertanian yang bapak geluti?

R: Yo kebetulan awak kini ko ado jabatan di Ketua Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani). Jadi istilahnyo kegiatan-kegiatan tadi tu ado namoe mengelola bibit...yang diagiah-agiahkan... bibit padi. Yo itu nan dijalanen.

D: Apa yang telah bapak alami dalam pengelolaan bibit ini?

R: Pengelolaan sacaro sistim lamo, tantu ditambah-ditambah juo sistim nyo, diperbaharui-diperbaharui gitu kan. A... jadi dengan itu tu... untuk supayo bisa mencapai peningkatan gitu dengan sistim tadi. Dengan ado pengelolaan bibit ko tadi, positifnyo awak takah iko, partamo, untuak memudahkan awak mandapekan bibit yang berlabel gitu kan, yang bersertifikat, tu awak tu indak jauh-jauh lai. Untuak mandapekan bibit tadi. Awak alah memproduksi di tampek sendiri gitu kan. Kerjasama lah jo aturan dinas yang ado kan. Sampai penelitian itu... ka labor yang di Bukittinggi. Kan labor yang mengesahkan, oke indak okenyo, yang apo kan... yang layak atau ndak layak kan, kalau labor alah maokan tu kalua sertifikatnya, lah legal lo baru bisa dilempar ke masyarakat. A jadi kadang kala kan ado lo awak tadi tu kerjasama di bidang pemasaran e... bergabung dengan sang hyang sri, jo kelompok petani kadang kala ado juo jo tim anu...tim a namo e ko... swasta tibo e lai nak. A jadi itulah kerjasama tadi, kadang bantuan benih tadi ko dek pemerintah kan adolo yang disubsidi dek pemerintah. Kadang pengadaan bibit, a itukan diambiak ka pengadaan-pengadaan jadi awak ko istilah e salah satu SDMB namo mah e. Seribu Desa Mandiri Benih. Istilah program pusat. Jadi di kota ko kan ado limo tu SDMB tu, di sinan tu lah mampromosi. Dan ado lo promosi di lua tu arti e alah produksi a tibo e tu... mandiri... pribadi lah di lua itu. Jadi dek dengan itu lah yang termasuk promosi menambah pengadaan. Jadi kalau memang ado bantuan mode tadi tu, kadang kalau dijalanen jo pemerintah, bantuan tadi kan melalui BUMN tu kan mode sang hyang sri tadi tu. A stok e tadi tu kami akan membantu. Stok untuk pengadaan e tu.

D: Semua cara-cara dalam pengelolaan ini diajarkan oleh pemerintah atau bapak belajar sendiri dengan menggunakan internet?

R: Ado diajaan dek pembimbing. Tapi sabalum itu saketek banyak e awak lah memahami juo, istilah e dengan tambahan-tambahan itulah semakin mantap, dari internet, tambah lo pengalaman-pengalaman lain, tambah lo ceramah dari kawan-kawan lain yang alah dulu malakuan pado awak.

Di internet sekilas lai juo mempelajari awak, kadang istilah e dengan dianjurkan pembimbing tadi tu. Kan yang diutamakan kan dari pembimbing. Mako diutamakan dari pembimbing, jan sampai awak disalahkan. Kalau di internet kan ilusi awak sendiri, jangan-jangan ado salah satu trik yang salah. Itu yang awak takuik an. Kalau melalui pembimbing awak ndak bisa disalahkan doh dan awak ndak lo nio disalahkan doh karano awak dibawah pembinaan.

D: Apakah bapak menggunakan media internet dalam memasarkan bibit ini?

R: yo... istilahnyo dikecekan alun lai, alun mancapai ka situ lai kan. Informasi melalui hubungan baik komuikasi jo kawan-kawan juo baru kan, kadang urang dinas yang mempromosian, kadang urang yang butuh tadikan inyo mananyoan sumber nyo tadi tu kan dari labor, ke pengawas, pembimbing. Dari beliau sumber informasi. Kemudian inyo lo yang maagiah tau di situ di situ... di situ ado stok sekian... di situ ado stok sekian. Kalau awak gunoan media sosial dalam memasarkan bibit ko, takuik tidak tersedia stoknyo. Istilahnyo tidak mencukupi kalau dipasan urang dalam jumlah banyak.

D: Bagaimana tanggapan bapak tentang Pariaman Kota Cerdas?

R: Kota cerdas itu kan suatu harapan. Suatu harapan. Jadi kota cerdas, kalau memang awak tadi tu, seperti awak akan berbuat sesuatu kan dimulai dengan niat. Niat tu kepingin wak tu cerdas. Tantu ado upaya-upaya untuak menuju cerdas tu. Jadi disampiang upaya-upaya tadi tu, mancapainyo tu tantu butuh komunikasi yang sering gitu kan, yang pengalamannyo lebih tinggi. Dianggapnyo lebih tinggi dari awak manambah wawasan awak gitu kan. Baitu pulo sabaliknyo, seandainyo ado seseorang batanyo tu awak harus memberi lo, mengisi dan memberi. Jadi dengan capaian-capaian pemerintah kota tadi tu, istilah e kota cerdas tadi tu, awak sangat mendukung gitu kan. Apopun gerakan-gerakan tadi tu, awak tu semakin...semakin maraso tercambuk pulo gitu untuk berbuat lebih baik. Sangat mendukung awak program tu.

D: Apo perubahan yang apak alami dalam beberapa tahun terakhir ko?

R: Perubahan-perubahannyo tu, yang dirasokan perubahan-perubahan tu, nan partamo, kalau di bidang kotanyo tu, seperti yang diagungkan kini ko kan wisata. Wisata. Pembangunan di bidang wisata yolah sangat...ya dikecekan maksimal tantu masih banyak butuh perbaikan atau penambahan-penambahan. Tapi peningkatan dari tahun ke tahun tu sangaik batambah, sangaik banyak tambahnyo kan. Jadi istilahnyo namoe kan barang tu berjalan, tantu yo ibarat naningkaik janjang tantu janjang satu janjang duo nan ka ditingkaikan. Sakali tingkaik janjang tantu payah juo. Yo lah bertahap bertahap tadi tu. Na ma nan alun lai yo baitulah. Baitu juo kegiatan tadi untuk mencapai tadi tu. Istilahnyo alah bajalan ciek-ciek namoe, alah bajalan ciek tu nan ciek lai loh yang harus dicapai untuk kemajuan tu tadi. Kini kalau dibidang pertanian, usaho tadi tu nan partamo, maso olah tanah sampai ka baru tanam tu diupayokan semakin singkek waktunyo. Dari awal...bisa-bisa tu tigo atau ampek bulan baru siap tanam. Jadi dengan adonyo upaya-upaya tadi tu, dengan adonyo bantuan masin gitu kan, dengan adonyo sistem-sistem, rangsangan-rangsangan, ado lo dibantu barupo benih atau pupuak-pupuak sewaktu-waktu gitu kan dengan itu menjadi suatu rangsangan bagi masyarakat untuk segera gitu kan. Apolagi dengan itu tu ado lo upaya awak tuk mencapai...mempersingkat o...masa kerja batanam, maso tanamnyo tu. Biasonyo 4 bulan kini alah baansua menjadi 3 bulan kan. Jadi untuak berikut-berikutnyo tantu diusahannyo lebih singkek waktunyo. Ciek lai pulo disampiang tu awak tu istilahnyo bermacam caro mungkin caro sistem pemupukan, pupuk berimbang sagalo macam gitu kan diusahakan seperti olah tanah gitukan supaya padi tu lebih maksimal, lebih rancak kan itu. Kemudian untuk mencapai tu sistim pengairannyo perlu dibenahi. Adonyo kendala-kendala kecil tu perlu juo dianalisa atau istilahnyo dicari jalan kaluanyo untuk mencapai sasaran. Jadi parubahan ko yo alah banyak dalam hal irigasi. Tapi sungguah banyakpun perubahan tantu yang alun tantu ado juo. Tapi tu alah semakin kecil gitu. Lah banyak untuak yang baiknyo kan. Kalau ukuran disiko namoe dengan kondisi curah hujan kurang otomatis nan di daerah awak toboh ko alhamdulillah masih bisa dengan bantuan irigasi-irigasi itu tadi. Kurangna curah hujan awak masih bisa memperolehnyo. Sawah tadah hujan barubah jadi sawah irigasi. Ado juo dulu sawah tadah hujan

kebanyakan, ado lo sumber aia dulu ketek kini alah makin gadang jumlah aianyo tu sahinggo alah bisa mencukupi lah untuk kebutuhan awak di desa toboh ko. Kemudian alah bisa lo desa tetangga marasoan imbasnyo gitu kan karano awak desa perlintasan... seperti marabau gitu kan alah dapek lo, sebagian dapek lo dek desa padang cakua. Tantu awak tu bertahap. Artinyo bertahap kalau toboh ko butuh aia tantu didrop di siko dulu aianyo, kamudian kalau kebetulan aia tu lapeh ka bawah yo pagunoan pulo lah gitukan. Kalau memang rasolah tatanam lo awak kasadoe, untuak kariang sejenak. Untuak kariang sejenak yo diopor pulo aia ko kabawah sadonyo. A jadi urang bawah bisa lo mencapai... tanam disaat awak senggang gitu kan. Dulu tigo kali panen tu bisa waktunyo satahun satengah, bisa duo tahun waktunyo. Kalau kini bisa satahun tu dicapai duo kali. Jadi upaya lanjutan nanti, duo kali panen tu bisa mencapai 10 bulan. Tu upaya yang akan datang. Jadi semakin dipersingkat juo waktunyo.

D: Pernahkah bapak menggunakan aplikasi pengaduan yang disediakan pemerintah?

R: Paliang kalau malapor melalui Fadli. Faktor e giko kalau awak masuak ka aplikasi tu dulu, samantaro waktu ko singkek. Petani ko butuh aia untuak tigo hari. Jadi yang biasa awak lakukan, agiah laporan ka urang yang awak kenal di pemerintahan kemudian ditindaklanjuti, kemudian awak langsung bergerak. Laporan taruih, awak bergerak juo langsung.

D: Kalau menurut bapak smart city ini bertentangan tidak dengan budaya masyarakat Pariaman?

R: Kalau dari sudut pandang kemajuan, itu semakin simpel, semakin singkat gitu kan untuak mancapainyo. Kalau berbicara awak di sudut pandang, istilahnyo urang yang alun mangarati itu susah nyambuang e. Jadi awak tu akan mamakai duo versi, supayo baa? Supayo urang nan kurang mangarati tu bisa lo mangarati dengan caro iko. Kalau urang nan alah mangarati, tantu capek pulo mangaratinyo. Caro internet tu tu capeklo mangaratinyo.

8. YUSARMAN ADE PUTRA (PENGUSAHA KULINER KEKINIAN) 18 Januari
2019, Symbarang Kadai Kota Pariaman

D: Ade menggunakan ponsel yang memakai internet gak?

YAP: Iya, memakai internet

D: Kira-kira berapa lama ade menggunakan internet dalam sehari?

YAP: Menggunakan internet dalam sehari itu kira-kira 5 sampai 6 jam lah. Dan Indonesiakan ya warga paling banyak menggunakan internet, rata-rata menggunakan internet 8 jam perhari.

D: Untuk tujuan apa saja ade menggunakan ponsel yang terhubung dengan internet?

YAP: Saya menggunakan internet untuk komunikasi, pertama komunikasi, kedua browsing, ketiga cari-cari bahan, ya macam-macam lah, bahan-bahan edukasi lah.

D: Seberapa penting media sosial untuk ade?

YAP: Saya punya kedai, satu kedai di pinggir pantai. Jadi media promosi yang kita pakai itu memang instagram dalam mempromosikan jenis makanan, jenis kegiatan disana atau apapun termasuk yang tidak begitu penting kita promosikan di sana. Nama kedainya "Sumbarang Kadai". Itu tempat nongkrongnya anak-anak muda. Kalo untuk mencari menu-menu baru, internet ada tapi paling lebih ke tampilan. Tapi kalo lebih untuk ke rasa, lebih ke bentuk, lebih ke menu yang disajikan saya langsung ke toko-tokonya.

D: Media sosial apa saja yang ade miliki?

YAP: Saya memiliki instagram, twitter kecuali facebook karena facebook isinya orang tua semua. Banyak pengajian, malas saya. Saya lebih memilih yang banyak digunakan oleh generasi milenial.

D: Informasi apa saja yang ada bagikan di media sosial ada?

YAP: Kalau di instagramkan lebih ke pamernya, pameran barang, pameran liburan. Kalau twitterkan lebih ke pameran pemikiran, kita bisa ngetik atau nulis apa aja, terserah. “Nyampahpun” boleh di twitter.

D: Pernahkah ada mendengar tentang *Smart city*?

YAP: O pernah, kota cerdas ya.

D: Darimana ada mendengarnya?

YAP: Sekarangkan lebih ke industri 4.0 ya, jadi mereka tu memang gencar setiap kota setiap kabupaten tu melaksanakan smart city. Pertama saya dengar tentang smart city ini ya dari pemerintah karena ingin bikin kota ini jadi kota smart city. Kira-kira tiga tahun yang lalu.

D: Bagaimana menurut ada *smart city* tersebut?

YAP: Smart city itu, semua aspek itu melakukan kreatifitas dan semua aspek juga melakukan pekerjaannya dengan gampang dan itu dibantu oleh internet.

D: Semua aspek disini maksudnya apa?

YAP: Ya semua kerjaanlah, kerjaan, fasilitas. Misalnya kerjaan yang biasanya dilakukan dalam waktu yang lama, kita potong jadi waktu yang singkat dengan internet

D: Bagi ada sendiri sudahkah terasa dampak smart city ini? Menurut anda apakah program *Smart city* sudah memberikan kontribusi bagi masyarakat Kota Pariaman?

YAP: O kalau smart city itu sendiri ke usaha saya belum. Belum ada edukasi dari koperindag, dari yang lebih paham dengan bidang saya, yang saya usahakan sekarang. Tidak ada edukasi dari mereka.

D: Jadi ada baru mengenal smart city sebatas pengertian ya dan belum ada edukasi dari pemerintah untuk mewujudkan smart city tersebut?

YAP: Ya, kayak menjadikan usaha saya menjadi ekonomi kreatif gitu, yang lebih kreatif lagi. Ya belum ada edukasi dari mereka.

D: Pernahkah saudara menggunakan aplikasi yang disediakan oleh Pemerintah Kota Pariaman?

YAP: Saya belum pernah menggunakannya, namun mungkin suatu saat akan ada yang saya gunakan seperti aplikasi span-LAPOR.

D: Apa itu aplikasi LAPOR?

YAP: Biar kita bisa ngadu, istilahnya keluhan. Saya belum pernah menggunakan aplikasi ini tapi saya sudah paham cara menggunakannya, buat jaga-jaga aja dulu.

D: Bagaimana harapan anda dari konsep Pariaman *Smart city* ini?

YAP: Harapannya ya semoga semua apa namanya poin-poin yang di smart city itu berjalan dengan baik. Kayak ekonomi kreatifnya, kesehatannya, internetnya yang pastinya kencang, dan fasilitas umum seharusnya udah ada internetnya. Sekarang belum semua. Iya kan ada wifi id atau wifi corner tapi belum disemua tempat. Termasuk di dekat tempat usaha saya. Udah ngajuin sih kemaren, tapi gak datang-datang juga dari pihak wifi id nya.

D: Kontribusi apa yang telah anda berikan atau lakukan agar Pariaman *Smart city* ini terwujud?

YAP: Saya mempromosikan kota dari...via instagram, pokoknya semua yang bisa saya lakukan, saya lakukan dalam promosi kota, lebih ke pariwisata. Masalahnya tempat tinggal saya kan di tepi pantai, tempat usaha saya di tepi pantai, semakin banyak orang berwisata kemungkinan semakin banyak juga orang berkunjung ke kedai saya.

D: Perubahan apa yang terjadi di Pariaman sejak konsep *Smart city* ini mulai diterapkan?

YAP: O banyak. Kalau untuk perubahan banyak yang sudah terjadi. Semakin cerdasnya masyarakat karena banyaknya ya... informasi-informasi yang mereka dapatkan dari...

mungkin dari sosialisasi-sosialisasi pemerintah, dari... ya mungkin dia browsing dengan handphonenya sendiri, kemajuan zaman. Ya jadi banyaklah. Semakin banyaknya orang yang berkunjung ke Pariaman, maka semakin banyak juga fasilitas yang disediakan pemerintah. Jadi tingkat kunjungan pariwisata juga naik karena fasilitas ini. Mereka menjadi lebih nyaman lagi dengan banyaknya objek yang mereka kunjungi. Bukan cuma satu, sekarang lebih banyak. Dulu kan terpusat di pantai Gandoriah sekarang udah ada pantai Kata, udah ada hutan mangrove sekarang. Dan itu informasi mereka dapatkan ya bukan dari televisi tapi dari media sosial. Kini Tugu ASEAN ko ado a. Banyak pembangunan infrastruktur baru, kayak water front city sedang digalakkan. Sadoe madok ka aia. Tapi untuak manjago lingkungan masih kurang. Masih kurang digalakkan oleh masyarakat. Untuak menjaga...baa ko... untuak tampek sampah. Bayangan se lah, kalau untuak menjaga lingkungan paliang ado di water front city tu, di pelataran tu masak iyo ado tong sampah. Tong sampah gadang. Itu ndak cocok, ndak sesuai tampek lataknyo kan, lagian untuak a... aksi bersih-bersih pantai itu masih kurang. Ndak ado doh.

D: Apa alasan saudara mendukung Pariaman Smart city ini?

YAP: Iyo supayo kotako lebih berkembang dan maju. Tu makonyo harus ado smart city. Sebelumnya kotako bisa dikecekan indak berkembang. Saya mempromosikan usaha saya atau kedai saya melalui instagram. Tapi kalau untuak wisata kota pariaman ado melalui ayokepariaman, pariamanholiday, wonderfulpariaman, pariamanid, explorepariaman, infopariaman, banyak kok akun-akun yang kayak gitu.

D: Adakah usaha saudara untuk mengajak teman-teman atau saudara untuk menjaga lingkungan?

YAP: Lai sih. Tapi kalo nio dibuekan hal-hal mode tu dasari memang dari awak dahulu. Samantaro awak masih memakai sedotan atau pipet plastik. A itu tu kan lah ndak buliah dipakai di kawasan pantai. Masalah e tibo di pantai pasti tibo ka lauik, tercemar.

D: Apakah saudara memiliki komunitas? Biasanya apa yang dibicarakan disitu?

YAP: Ada. Itu seni. Lebih banyak seni.

D: Kira-kira smartcity ini bertentangan tidak dengan budaya masyarakat Kota Pariaman?

YAP: Sebenarnya apapun medianya, apapun bentuknya, itu tergantung niat pemakainya.

9. FANDY CHANDRA PRATAMA (pemuda/ BENDAHARA KNPI KOTA PARIAMAN)

D: Untuk tujuan apa saja anda menggunakan ponsel yang terhubung dengan internet?

FCP: Saya menggunakan internet untuk bermedia sosial, mencari informasi, browsing, youtube, instagram. Kalau di website saya sering mencari informasi tentang politik, ya baca-baca berita seperti detik.

D: Seberapa penting media sosial untuk anda?

FCP: Penting. Selain fandi punya akun pribadi, fandi juga punya akun bisnis tapi yang bergerak di media juga, namanya info pariaman, yang memberikan informasi seputar kota pariaman. Apapun itu, karena semuanya bisa diinformasikan kan. Apakah itu tentang kejadian, destinasi wisata fandi upload juga.

D: Media sosial apa saja yang anda miliki?

FCP: Instagram dan youtube yang sering digunakan. Facebook ada, twitter ada. Tapi yang paling sering saya gunakan ya dua itu.

D: Informasi apa saja yang anda bagikan di media sosial anda?

FCP: Tentang apa yang fandi buat. Misalnya fandi buat tulisan, nulis tentang pariwisata. Misalnya diupload di website media online, fandi tarik ke instagram agar orang membacanya juga. Kadang hasil-hasil foto atau video yang fandi buat, fandi sharing di instagram.

D: Pernahkah anda mendengar tentang *Smart city*? Darimana?

FCP: Pernah. Dari pak walikota Pariaman.

D: Apa yang dikatakan Bapak Walikota ttg smart city itu?

FCP: Smart city itu, yang dikatakan bapak waktu itu dalam sambutannya, smart city itu bukan hanya tentang digitalisasi saja. Dia mengatakan disitu ada smart tourism, smart care, smart people dan lain sebagainya.

D: Apa yang anda pahami tentang Pariaman *Smart city*?

FCP: Ya kalau disini smart tourism yang saya ketahui itu bagaimana semua destinasi wisata khususnya di kota pariaman itu bisa diakses di website kah atau di media sosial. Jadi lebih mengefektifkan orang untuk berkunjung ke kota pariaman. Jadi aksesibilitasnya dapat di situ. Kalau biasanya tiket dibeli di tempat loketnya langsung, mungkin bisa saja nanti ada e-ticket contohnya kereta api.

D: Menurut saudara, konsep *Smart city* ini berdampak positif tidak untuk kota pariaman?

FCP: Sangat berdampak. Apalagi sekarang ini pemuda di kota pariaman yang fandi ketahui, itu dari 100ribu penduduk ada 20ribuan pemuda, yang berumur dari 16 sampai 30 ada 20 ribu kurang lebih. Nah kalau itu diakomodir sama pemerintah kota. Biasanya kan pemuda sering duduk-duduk di kedai-kedai atau kafe-kafe, itu bukan hanya sekedar untuk menghabiskan waktu, tapi kami diskusi juga disitu. Nah kalau ditambah ada internet akan menjadi akses yang bagus juga kan. Jadi dalam diskusi itu, kami bisa cari bahan juga.

D: Bagaimana harapan anda dari konsep Pariaman *Smart city* ini?

FCP: Fandi sangat berharap sekali kota pariaman, smart city dapat cepat terwujud. Kalau bisa pariaman menjadi percontohan di 19 kabupaten kota di provinsi sumaterabarat ini tentang smart city. karena pariaman daerah yang kecil, ada empat kecamatan. Ya bisalah, ya mulainya smart city itu dari jaringan, digitalisasi.

D: Menurut anda apakah program *Smart city* sudah memberikan kontribusi bagi masyarakat Kota Pariaman?

FCP: Belum dan masih perlu tindak lanjut karena ada beberapa titik-titik yang ada di kota pariaman belum ada wifi nya. Dan satu lagi, di desa-desa yang fandi lihat tu belum tahu tentang smart city. Ya fandi sebagai pemuda berharap nantinya tu misalkan di setiap desa-desa itu dipasang wifi, mungkin sudah ada. Cuma bagaimana ia mengupload dan mengupdate informasi tentang desanya. Jadi semua orang bisa melihat di website gitu.

D: Pernahkah pemerintah melakukan edukasi kepada masyarakat/ pemuda tentang smart city ini?

FCP: Belum ada nampak. Masih pada tahap memperkenalkan, ada beberapa kali sih diundang KNPI, ya paling kita di diskusi tertentu memasukkan tentang smart citynya. Trus kalau ada diskusi-diskusi tentang industri 4.0 a paling di situ kita diskusinya yang menyangkut tentang smart city.

D: Hal-hal apa saja yang pernah anda alami terkait *Smart city* ini?

FCP: Lebih banyak mendapatkan informasi aja.

D: Kontribusi apa yang telah anda berikan atau lakukan agar Pariaman *Smart city* ini terwujud?

FCP: Kalau kontribusi besar tentu karena fandi sebagai pemuda, fandi kan menggunakan media sosial. Jadi apapun yang ada tentang pariaman, fandi share, fandi coba share. Fandi ingin orang-orang di luar kota pariaman datang ke pariaman, gitu. Ya alatnya tentu kita gunakan hanya media sosial. Kita bukan sebagai pengambil kebijakan.

D: Pernahkah anda berkomunikasi tentang Pariaman *Smart city*? Dimana?

FCP: Ya pernah dalam diskusi-diskusi di kedai-kedai kopi.

D: Apa yang anda sampaikan kepada orang lain (teman ataupun rekan ttg *smart city*)?

FCP: Tentang manfaatnya. Kapan lagi pariaman bisa jadi kota yang pintar gitu. Karena walikota sekarang ini, bapak genius sedang gencar-gencarnya menarik orang-orang pusat ke kota pariaman, gitu. Pokoknya semuanya terhubunglah gitu. Jadi dengan, kalau bahasa pak walikota the small city the big impact. Kota kecil yang dampaknya besar.

D: Apakah pemuda mempunyai suatu komunitas di media sosial yang berbicara tentang smart city ini dan usaha-usaha pemuda untuk mendukung smart city ini?

FCP: Kalau yang khusus nggak. Tapi kalau dalam grup kita knpi, itu ada. Komunitas dalam grup knpi ada, jadi kita biasa diskusi juga di situ, memberikan informasi juga disitu. Nah itukan bagian dari smart city juga.