

## PERAN KOMUNIKASI SOSIAL DALAM KAMPANYE SMART CITY

Adzan Desar Deryansyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup> adzanderyansyah@gmail.com

### ABSTRACT (Times New Roman, 12)

*The current era gave birth to a new concept, both personal and social, one of the concepts is Smart City. The digital era is known as 4.0 where all activities have relied on the availability of high technology, one of which is the Internet of Things (IoT), in the view of the 4.0 era, humans only use these facilities with all the consequences. Meanwhile, the era of society 5.0 focuses on the ability of humans to play a role with the technology around them perfectly. This study aims to align all elements that represent generations to jointly prepare themselves for the concept of SMART CITY in which there is the sophistication of technology and the ability of the community in it to use it. In order to overcome this gap, this study uses the Theory of Evolution to understand social change can be carried out using communication techniques that are conveyed to heterogeneous communities. Through research, it was found that there was a concern from people representing a generation who did not expect something more sophisticated to be carried out in the future, the inability to adapt was one of the reasons. Meanwhile, future generations think the opposite that they feel comfortable with this massive development of digital technology continues to develop. So it is important for us to understand that social change can occur if the activity of social communication is carried out massively and understands the object is transformed as a whole.*

*Keywords: Communication, Social Communication, Technology, Digital, Generation*

### ABSTRAK (Times New Roman, 12)

*Era saat ini melahirkan konsep konsep baru baik yang bersifat pribadi hingga bersifat sosial kemasyarakatan salah satu konsepnya ialah Smart City. Era digital yang dikenal dengan 4.0 dimana semua aktivitas di sandarkan kepada ketersediaan teknologi yang tinggi, salah satunya adalah Internet of Things ( IoT ), dalam pandangan era 4.0 manusia hanya menggunakan fasilitas tersebut dengan segala konsekuensinya. Sedangkan era society 5.0 menitikberatkan kemampuan manusia berperan bersama teknologi yang ada di sekitarnya secara sempurna. Penelitian ini bertujuan untuk menyelaraskan semua elemen yang mewakili generasi untuk bersama sama menyiapkan diri konsep SMART CITY yang di dalamnya ada kecanggihan teknolgi dan kemampuan masyarakat di dalamnya untuk menggunakannya. Guna mengatasi kesenjangan ini kajian ini menggunakan Teori Evolusi untuk memahami perubahan sosial dapat terlaksana menggunakan tehnik tehnik komunikasi yang di sampaikan kepada masyarakat yang heterogen. Melalui penelitian di temukan bahwa adanya khawatiran dari sebagian orang yang mewakili sebuah generasi yang tidak berharap sesuatu yang lebih canggih akan dapat terlaksana di masa depan, ketidakmampuan beradaptasi menjadi salah satu alasannya. Sedangkan generasi masa depan berfikiran sebaliknya bahwa mereka merasa nyaman dengan perkembangan teknologi digital yang masif ini terus berkembang. Sehingga penting bagi kita untuk memahami bahwa perubahan sosial dapat terjadi jika aktivitas komunikasi sosial dilaksanakan dengan masif dan memahami objek yang akan di rubahnya secara menyeluruh.*

*Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Sosial, Teknologi, Digital, Generasi*

### PENDAHULUAN

Komunikasi dan Teknologi adalah dua hal yang saling terkait dan mempengaruhi dalam kehidupan kita sehari-hari. Dalam kaitannya dengan teknologi maka kehadiran teknologi yang semakin berkembang secara signifikan

sangat bermanfaat dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan terutama pada aktivitas komunikasi yang harus dilakukan tanpa tatap muka. Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa komunikasi dan teknologi saling terkait dan mempengaruhi

satu sama lain nya baik secara individu maupun secara sosial. Jika kita melihat fenomena teknologi yang semakin berkembang saat ini di aktivitas sosial kita seperti tempat atau lingkungan yang kita tinggali maka perlu adanya pemahaman menyeluruh dari anggota anggota dari sistem sosial agar dapat mengintegrasikan antara komunikasi dengan teknologi.

Jika saat ini kita berada pada zaman 4.0 dalam perkembangan sebuah teknologi dimana seseorang mampu memperoleh informasi secara cepat dengan kemampuannya sendiri , saat ini kita mulai akan bergeser pada perkembangan teknologi yang di kenal dengan 5.0 Society, dimana perbedaan antara 4.0 dan 5.0 adalah pada kemampuan komunikasinya jika 4.0 berfokus pada kemampuan manusia mengakses informasi berdasarkan perkembangan teknologi yang terjadi, 5.0 Society menitikberatkan kepada manusia yang sudah dianggap fasih terhadap menggunakan teknologi karena teknologi dan segala perubahannya menjadi bagian pada diri manusia tersebut. Era perkembangan teknologi ini menyiratkan harapan akan kehidupan yang jauh berbeda dari pada saat ini dan sangat jauh berbeda dari masa yang lampau. Era digital yang dikenal dengan 4.0 dimana semua aktivitas di sandarkan kepada ketersediaan teknologi yang tinggi, salah satunya adalah Internet of Things ( IoT ) , dalam pandangan era 4.0 manusia hanya menggunakan fasilitas tersebut dengan segala

konsekuensinya. Sedangkan era society 5.0 menitikberatkan kepada kemampuan manusia berperan bersama teknologi yang ada di sekitarnya secara sempurna. Namun dalam perkembangannya saat ini.

Era saat ini melahirkan konsep konsep baru baik yang bersifat pribadi hingga bersifat sosial kemasyarakatan salah satu konsepnya ialah Smart City. Saat ini kampanye untuk meningkatkan kesadaran akan kesiapan menyongsong era baru yang di sebut 5.0 Society telah di gencarkan, penerapan Smart City, yaitu sebuah keadaan sistem sosial yang di dalamnya terdapat pengintegrasian antara sistem fisik sebuah kota, sistem sosial dan sistem digital melalui internet / cyber. Smart City bukan hanya membahas teknologi yang di gunakan namun lebih dari itu membahas bagaimana teknologi dapat berintegrasikan dengan sistem sosial dan sistem fisik kota tersebut. Berintegrasikan dengan sistem sosial bermakna kepada teknologi yang senantiasa terhubung secara otomatis dengan aktivitas yang di lakukan manusia dalam kota tersebut sedangkan berintegrasikan dengan sistem fisik menekankan kepada sarana dan prasarana yang telah terhubung dengan teknologi secara masif.

Fenomena yang terjadi di Indonesia, sejak tahun 2017 Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika telah mengkampanyekan konsep Smart City melalui program Gerakan Menuju 100 SMART CITY yang di dalamnya terdapat

Kabupaten Kota di Indonesia yang bersiap menyongsong era Society 5.0. Namun yang harus diperhatikan adalah bahwa dalam mempersiapkan diri ke era Society 5.0 yang harus di siapkan bukan hanya aspek fisik / pembangunan sarana prasaran teknologi informasi yang dapat mendukung terciptanya era Society 5.0 namun juga harus berfokus kepada pemahaman akan kemampuan masyarakat yang akan berinteraksi secara intensif dengan teknologi pada saat menjalankan aktivitasnya.

Harapan dari terciptanya era Society 5.0 adalah prinsip teknologi dan informasi yang di buat untuk kepentingan bersama secara efektif dan efisien sangat bergantung kepada manusia nya, jika manusia nya siap dan mampu memahami urgensi penerapan era Society 5.0 maka harapan tersebut dapat terlaksana namun jika masyarakat tidak siap dan belum mampu memahami urgensi penerapan era Society 5.0 maka harapan tersebut tidak akan tercapai

Penelitian ini di dasari pada penelitian serupa yang telah di lakukan sebelumnya, menunjukkan penelitian terdahulu di lakukan agar tidak terdapat kesamaan secara komprehensif dari hasil penelitian yang peneliti paparkan. Maka dari itu peneliti menuliskan atau mencantumkan penelitian sebelumnya. Hasil Penelitian Nisrina Meitibellina yang berjudul Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bloro Menuju Smart City tujuan dari penelitian ini

adalah Untuk mengetahui serta memahami perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bloro dalam rangka menuju 100 smart city serta faktor pendukung dan penghambat pemerintah Kabupaten Bloro dalam mengimplementasikannya. Metode Penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif . Hasil Penelitian dalam penelitian ini yakni program Gerakan Menuju 100 Smart City di Kabupaten Bloro ini dilandasi oleh kebijakan yang telah ditentukan berupa RPJMD serta SK Bupati yang dalam pelaksanaannya masih memiliki kendala pada aspek sosialisasi yang belum komprehensif dan efektif kepada seluruh elemen masyarakat dan sistem pelaporan / evaluasi keseluruhan program yang belum di jalankan dengan sistematis. Hasil Penelitian kedua di lakukan Siti Wadharetno Mursalim yang berjudul Implementasi Kebijakan Smart City di Bandung. Tujuan penelitian ini untuk melihat implementasi dari kebijakan Smart City di Kota Bandung setelah menerima gelar Smart City Award dari majalah Asia's Tech Ecosystem di tahun 2017. Metode penelitian yang di gunakan yakni Metode Penelitian Kualitatif dengann pendekatan Deskriptif. Hasil penelitian nya yakni ditemukan bahwa sosialisasi mengenai smart city yang belum merata, infrastruktur yang belum mamadai dan kurangnya pemahaman apatur negara Kota Bandung pada konsep Smart City. Sedangkan hasil penelitian dari Todo Basna Tampubolon yang berjudul Efektivitas

Aplikasi Medan Smart City Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektifitas dari aplikasi Medan Smart City, faktor penghambat aplikasi ini dan upaya yang telah dilakukan untuk menanggulangnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan peluncuran aplikasi dinilai belum mampu menjawab keinginan dan kebutuhan masyarakat secara optimal karena performa dari aplikasi yang belum sesuai dengan apa yang diharapkan sekaligus menitikberatkan kepada sosialisasi tentang aplikasi Medan Smart City.

Dari penelitian terdahulu yang peneliti ambil sebagai rujukan, fokus dalam penelitian ini ialah peran komunikasi sosial yang harus lebih masif dan efektif agar persoalan mengenai sosialisasi terkait urgensi penerapan Smart City dapat terlaksana dengan baik. Karena memperkenalkan sebuah konsep baru yang sesuai dengan perkembangan zaman maka perlu memperhatikan dua aspek penting dalam unsur komunikasi yaitu komunikator dan komunikan dalam penyampaian pesan, dimana keduanya harus berjalan seiringan dengan pengetahuan, pemahaman dan kehendak bersama.

Berdasarkan data Indeks Literasi Digital Indonesia 2021 mencapai 3.49 dari skala 1-5.

Dari data tersebut di temukan bahwa budaya digital ( digital culture ) masyarakat Indonesia berada pada skor tertinggi yaitu 3.90 , diikuti dengan etika digital / digital etics dengan skor 3.53 dan kecakapan digital ( digital skill ) dengan skor sebesar 3.44 dan keamanan digital / digital safety mendapatkan skor terendah 3.10.

Dilihat dari data tersebut masyarakat Indonesia telah dapat di katakan siap untuk senantiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari harinya namun jika kita membicarakan konsep Smart City maka indikator kemampuan memahami keamanan digital / digital safety yang masih rendah di bandingkan dengan kecakapan digital / digital skill patut menjadi perhatian lebih lanjut.

Secara harfiah Smart City disebut dengan Kota Cerdas, yaitu konsep yang menyediakan sarana prasaran kota yang terintegrasi dengan sistem teknologi. Hal ini selaras dengan definisi lain mengenai Smart City, Smart City adalah sebuah pendekatan besar yang di dalamnya terdapat pengintegrasian semua aspek dalam upaya meningkatkan pengoperasian sebuah kota, meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menumbuhkan potensi ekonomi daerahnya. Yang berorientasi kepada penggunaan ICT secara pintar dan efisien dalam upaya mendukung serangkaian inovasi yang ramah lingkungan.

Konsep penerapan era Society 5.0 dan Smart City akan di fungsikan untuk semua generasi, seperti kita ketahui bahwa setidaknya terdapat

berbagai macam generasi, yang pertama generasi z yang kisaran usia 5-25 tahun, generasi millennial yang berada pada kisaran usia 26-40 tahun, generasi x yang berusia 41-55 tahun dan generasi baby boomers yang berusia 56-75 tahun dan silent generation yang berusia 76 tahun keatas. Konsep penerapan era Society 5.0 dan Smart Society di sandarkan pada semua manusia yang tinggal dan terdapat keberagaman dalam hal usia/ generasi yang akan berdampak juga kepada pemahaman akan urgensi penerapan era Society 5.0 dan Smart City.

Urgensi penerapan era Society 5.0 dan Smart City untuk Generasi Z dan Millennial mungkin tidak jauh berbeda karena kecakapan digital yang di miliki sedangkan mungkin akan sedikit menjadi masalah bagi Generasi X, Baby Boomers dan Silent Generation karena kita menjumpai dalam sehari hari bahwa ada jarak kemampuan penggunaan teknologi informasi diantara lima generasi tersebut. Generasi X, Generasi Millennial dan sebagian Generasi X dapat memiliki kecakapan digital yang baik dan mumpuni namun sebagian dari Generasi X hingga Silent Generation sudah membatasi diri dengan penggunaan teknologi karena keterbatasan personal yang di milikinya, hal ini tentu akan mempengaruhi pemanfaatan Smart City dan penerapan era Society 5.0 pada umumnya.

Maka dibutuhkan komunikasi sosial pembangunan yang sistematis, masif sehingga pesan dapat sampai secara efektif.

Komunikasi sosial yang di lakukan oleh komunikator yang di koordinir oleh pemerintah, agar pesan yang di sampaikan sejalan dengan tujuan yang telah di tetapkan.

Komunikasi sosial menitikberatkan kepada proses penyampaian pesan kepada komunikan dengan jumlah yang luas dimana pesan yang di sampaikan adalah pesan yang memiliki kebermanfaatan yang dapat di rasakan oleh semua orang. Komunikasi sosial bukan hanya tentang penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan namun juga berfokus kepada bagaimana komunikator dapat merasakan sejauh mana dampak dari pesan yang di sampaikan kepada komunikan.

Salah satu proses komunikasi sosial yang di lakukan oleh pemerintah ialah bentuk kampanye dan sosialisasi terkait program yang akan di jadikan landasan kebijakan bagi pemerintah. Komunikator yang mewakili pemerintah bukan hanya berfokus pada penyampaian pesan saja namun juga komunikator pemerintah di harapkan mampu melihat apakah komunikan yang mendapatkan informasi dari nya dapat mengetahui secara komprehensif pesan yang disampaikan. Setelah mengevaluasi penerimaan pesan, langkah selanjutnya adalah memastikan memahami pesan yang di sampaikan baik narasi, alasan maupun tujuannya dan langkah terakhir adalah memastikan bahwa komunikan akan dengan sukacita mengaplikasikan apa yang ia ketahui dan pahami menjadi sebuah tindakan nyata

karena tindakan nyata dari komunikasi / masyarakat adalah inti dari kesuksesan komunikasi sosial yang masif dan efektif.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menyelaraskan semua elemen yang mewakili generasi untuk selaras dan bersama sama menyiapkan diri menyongsong era baru atau penerapan SMART CITY yang di dalamnya ada kecanggihan teknologi dan kemampuan masyarakat di dalamnya untuk menggunakannya.

Dengan adanya penelitian mengenai peran komunikasi dalam menyukseskan program besar dan masif seperti konsep Smart City diharapkan akan memberikan solusi dari permasalahan yang selama ini timbul terkait aspek komunikasi yang di lakukan. Jika penerapan Smart City telah dapat di lakukan , maka dibutuhkan penelitian lanjutan tentang penelitian terhadap setiap indikator dalam konsep Smart City agar penerapan Smart City di Indonesia dapat berjalan efektif dan memberi kebermanfaatn yang besar. Sedangkan definisi lain mengenai Smart City ialah sebagai kota pintar dengan indikator kemampuan memanfaatkan ICT untuk memenuhi warga kota dan disertai keterlibatan masyarakat secara aktif.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif dengan tehnik pengumpulan data memanfaatkan data data sekunder melalui kajian pustaka. Sedangkan

peneliti menggunakan analisis data menggunakan konten analisis yaitu menelaah secara kritis terhadap data yang peneliti peroleh lalu menyimpulkan serta memberi rekomendasi atau saran yang di perlukan.

## **HASIL**

Hasil Penelitian terhadap respon informan dalam penelitian ini terkait Smart Technology secara keseluruhan merasa mampu menggunakan dan mengetahui informasi yang cukup mengenai aspek di dalamnya termasuk keamanan digital. Hal ini karena kampanye yang masif mengenai literasi digital kepada warga masyarakat sehingga mereka memiliki pengetahuan yang cukup baik terkait literasi digital, salah satu yang intensif dalam kampanye ini ialah karena melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah, tokoh agama, tokoh masyarakat hingga influencer di media sosial tersebut.

Hasil dari kampanye Smart Economy yang di jalankan ini menimbulkan beberapa respon terkait kehadirannya bagi kalangan responden yang berusia 20-30 tahun menyambut baik penerapan ini karena memudahkan mereka dalam beraktivitas karena bersifat praktis dan transparan dan bagi kalangan informan peneliti yang berusia 30-40 tahun mereka pun merasakan bahwa hal ini lebih memudahkan di bandingkan dengan era konvensional sebelumnya. Sedangkan bagi kalangan informan peneliti yang berusia 40-50 tahun



keatas menimbulkan beragam respons, diantara mereka ada yang menyambut baik program ini sedangkan yang lain nya merasakan bahwa sistem konvensional lebih baik.

Hasil penelitian terkait Smart Environment pada informan peneliti menunjukkan respon yang menunjukkan bahwa belum ada kesiapan untuk mengurangi penggunaan plastik sebagai upaya mendukung penerapan Smart Environment. Informan peneliti yang berusia 20-30 tahun menyampaikan bahwa belum ada perubahan signifikan terkait penggunaan plastik begitu juga disampaikan oleh informan peneliti yang berusia 30-40 tahun dan informan peneliti yang berusia 40-50 tahun bahwa sampai saat ini penggunaan plastik masih menjadi salah satu pilihan saat beraktivitas.

Hasil penelitian pada aktivitas Smart Governance pada penelitian ini menunjukkan bahwa respon informan baik dari yang berusia 20-30 tahun, 30-40 tahun hingga informan berusia 40-50 tahun merasakan bahwa penerapan Smart Governance tidak maksimal / bermasalah. Salah satu yang bermasalah dan di rasakan oleh informan adalah terkait infrastruktur E Governance seperti mesin yang dapat di gunakan oleh warga masyarakat tidak berfungsi sebagai mana mestinya sehingga menghambat pelayanan kepada masyarakat. Sementara terkait non teknis nya adalah adanya oknum pegawai pemerintah

yang tidak bekerja secara profesional untuk kepentingan pribadi.

## **PEMBAHASAN**

Penerapan konsep Smart City adalah sebuah langkah besar yang di ambil oleh pemerintah di negara berkembang untuk kemajuan negaranya dalam bidang SDM hingga ekonomi. Konsep Smart City mengarahkan manusia interaksi secara aktif dengan dunia digital dan mampu memanfaatkan dunia digital secara maksimal.

Seluruh aspek yang dibutuhkan untuk menunjang kemajuan sebuah daerah pada saat ini bergantung kepada konsep yang di terapkan sedangkan konsep yang terapkan bergantung kepada sarana dan prasarana yang tersedia, kedua hal tersebut bergantung kepada kesiapan partisipasi masyarakat.

Cita cita besar warga masyarakat yang tinggal di perkotaan dengan segala kompleksitas problema nya adalah dapat terciptanya pelayanan prima dari pemerintah. Sejalan dengan harapan tersebut, setiap pemerintah daerah senantiasa berusaha memberikan pelayanan prima kepada warga masyarakat. Di era globalisasi dna era teknologi 4.0 maupun society 5.0 pelayanan publik bukan hanya berkaca pada pelayanan secara konvensional namun membutuhkan pendekatan yang terintegrasi dalam mengatasi segala problema di perkotaan, atas dasar inilah lahir konsep Smart City.

Smart City di tujukan kepada kota yang memiliki inovasi dalam penyelesaian masalah di kotanya dan mampu meningkatkan performanya. Dimensi penting dalam Smart City adalah mampu memberikan pelayanan menggunakan teknologi dan membangun infrastruktur yang pintar dengan berbasis dan terintegrasi dengan teknologi sehingga mampu memberikan pelayanan yang efektif.(1)

Kota Cerdas / Smart City juga di definisikan sebagai kota yang mampu mengoptimalkan sumber daya manusia (SDM), modal sosial, dan infrastruktur teknologi komunikasi untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kehidupan yang berkualitas.(2)

Smart City atau Kota Cerdas diidentifikasi pada 6 (enam) dimensi utama yaitu smart government (pemerintahan cerdas), smart economy (ekonomi cerdas), smart society (kehidupan sosial cerdas), smart mobility (mobilitas cerdas), smart environment (lingkungan cerdas), dan quality of live (hidup berkualitas). Namun dari keenam (6) dimensi tersebut setiap kota dalam penerapannya dapat menyesuaikan pada karakteristik dan urgensi permasalahan sehingga dapat berfokus pada salah satu dimensi.(3)

Karena tujuan dari Smart City adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, mengurangi biaya dan konsumsi dan dapat meningkatkan interaksi aktif antara kota dan warganya secara efektif. Smart City bukan hanya menjadikan kota yang memiliki

teknologi ICT namun juga telah menerapkan teknologi dengan cara yang efektif sehingga berdampak pada masyarakat.

Karakteristik Smart City mencakup bidang ekonomi, mobilitas, lingkungan hingga pemerintahan. Berikut karakteristik Smart City menurut IEEE Smart Cities.org diantaranya :

1. Ekonomi Pintar ( Smart Economy )
2. Mobilitas Cerdas ( Smart Infrastructure )
3. Lingkungan Cerdas ( Smart Environment )
4. Manusia Pintar ( Smart People )
5. Kehidupan Cerdas ( Smart Living )
6. Pemerintahan Cerdas ( Smart Governance )

Dalam penelitian yang di lakukan, peneliti mengemukakan pertanyaan berdasarkan enam karakteristik di atas kepada informan, informan penelitian terdiri dari Informan yang berusia 20-30 tahun, informan yang berusia 40-50 tahun dan informan yang berusia 50 tahun keatas. Alasan memilih berdasarkan informan dengan usia yang berbeda karena peneliti ingin melihat persamaan dan perbedaan persepsi diantara informan terkait Program Smart City terutama informasi yang informan terima terkait Program Smart City., sebab informasi yang informan terima bersumber dari proses sosialisasi tentang Program Smart City tersebut.

### **Smart Technology**

Smart Techonologi adalah upaya suatu kota mampu mengintegrasikan sarana fisik yang di



bangun dengan teknologi informasi dan komunikasi. Tanggung jawab pemerintah daerah ialah membangun infrastruktur yang dibutuhkan oleh warga masyarakatnya sedangkan pembangunan pada dasarnya senantiasa mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi salah satunya adalah perubahan teknologi, seperti yang terjadi di era 4.0 dan society 5.0. Istilah Society 5.0 merupakan tindak lanjut untuk mengoptimalkan revolusi industri 4.0, Jepang merancang 5th Science dan Technology Basic Plan yang kelak dinamakan dengan Society 5.0. Era society 5.0 menitikberatkan kemampuan manusia berperan bersama teknologi yang ada di sekitarnya secara sempurna. Society 5.0 merupakan konsep yang dibuat untuk mengimplementasikan teknologi industri 4.0 dengan mempertimbangkan aspek humaniora sehingga diharapkan mampu menyelesaikan problema yang dihadapi dan menciptakan keberlanjutan perilaku.(4)

Industri 4.0 menekankan bahwa teknologi sebagai alat untuk hanya mengakses informasi sedangkan society 5.0 menekankan bahwa teknologi dan fungsinya telah menyatu dari kehidupan manusia.(5)

Smart Technology menekankan kepada kemampuan warga masyarakat memanfaatkan infrastruktur yang telah berintegrasi dengan teknologi yang ada di kota untuk menunjang aktivitasnya. Smart Technology beririsan dengan aktivitas sosial warga masyarakat pada saat berinteraksi, salah satu yang

bersentuhan langsung dengan warga masyarakat ialah terkait intensitas akses informasi melalui media sosial.

Terkait mengakses media sosial tidak dapat dipisahkan dengan literasi digital yang terus disosialisasikan kepada warga masyarakat. Literasi digital bukan hanya berpatokan kepada kemampuan menggunakan media sosial namun juga mengetahui dampak dan manfaat menggunakan media sosial, termasuk di dalamnya memiliki kemampuan memahami apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan pada saat menggunakan media sosial. Kampanye Literasi Digital di Indonesia telah dilaksanakan secara masif sehingga kemampuan mengakses media sosial telah merata termasuk di dalamnya senantiasa di ingatkan dampak dan manfaat menggunakan media sosial.

respon informan dalam penelitian ini terkait Smart Technology secara keseluruhan merasa mampu menggunakan dan mengetahui informasi dan karena kampanye yang masif mengenai literasi digital kepada warga masyarakat salah satu yang intensif dalam kampanye ini ialah karena melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah, tokoh agama, tokoh masyarakat hingga influencer di media sosial tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa aktifitas komunikasi sosial telah dilaksanakan, pada dasarnya komunikasi sosial adalah aktifitas komunikasi yang mengarah kepada terjadinya integrasi sosial. Inti konsep integrasi sosial

adalah sikap mampu menerima perbedaan yang melekat pada individu dengan individu yang lain agar terciptanya kesatuan dan persatuan diantara individu yang berbeda dan dengan tetap mengakui perbedaan-perbedaan yang dimiliki oleh setiap unsur. Dalam kasus komunikasi sosial yang melibatkan perbedaan latar belakang strata sosial antar komunikator dengan komunikan, integrasi sosial menjadi penting untuk di wujudkan agar tercipta aktualisasi dari inti pesan yang di bahas agar lebih meluas dan bertambah. Komunikasi sosial adalah bagian dari sosialisasi pesan yang di sampaikan kepada banyak orang.(6)

respon informan dalam penelitian ini terkait Smart Techonology secara keseluruhan merasa mampu menggunakan dan mengetahui informasi dan karena kampanye yang masif ini sejalan dengan Teori Determinisme Teknologi yang menyampaikan Teknologi komunikasi memiliki dampak pengetahuan dan rasa keduniaan yang merupakan ruh arus globalisasi. Setiap teknologi yang dimiliki oleh keseluruhan manusia dapat membuat mereka saling mengenal melalui teknologi komunikasi.(7)

Teknologi komunikasi dan arus globalisasi telah mengubah gaya hidup masyarakat, perkembangan teknologi dan globalisasi merupakan sebuah fenomena khusus tentang peradaban manusia yang bergerak secara dinamis dan merupakan bagian dari proses manusia global.

Segala tindakan dan kejadian yang di lakukan saat ini di pengaruhi oleh perkembangan teknologi sehingga aspek aktivitas manusia saat ini sangat di perngaruhi oleh teknologi, semakin teknologi berkembang maka akan terjadi pula perubahan manusia secara otomatis.

### ***Smart Economy***

Smart Economy adalah upaya tata kelola perekonomian yang mampu beradaptasi dan berintegrasi dengan perubahan yang dapat mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Ekonomi adalah salah satu kebutuhan yang penting bagi masyarakat sebuah kota sehingga jika kota nya di sebut Kota Pintar namun konsep Tata Kelola Perekonomiannya belum selaras perkembangan teknologi maka dapat di katakan penerapan Smart Economy belum sempurna.

Aktivitas Smart Economy yang telah terjadi saat ini ialah di era informasi 4.0 ini masyarakat di perkenalkan dengan konsep pembayaran non tunai / cashless dalam setiap aktivitas ekonominya. Terutama di kota kota besar yang telah berniat menerapkan konsep Smart City telah mengkampanyekan terkait keunggulan dan manfaat dari pembayaran non tunai / cashless. Di beberapa merchant di tempat perbelanjaan disediakan alternatif pilihan jika customer tidak menyiapkan uang tunai dapat menggunakan pembayaran non tunai / cashless.

Selain kampanye tentang keunggulan dan manfaat pembayaran non tunai / cashless. Upaya yang telah dilakukan dalam upaya kampanye Smart Economy ialah pemerintah mendorong adanya kerja sama antara merchant dengan perbankan baik yang berskala nasional maupun daerah.

Terkait Smart Economy yang telah di jalankan ini menimbulkan beberapa respon terkait kehadirannya bagi kalangan responden yang berusia 20-30 tahun menyambut baik penerapan ini karena memudahkan mereka dalam beraktivitas karena bersifat praktis dan transparan dan bagi kalangan informan peneliti yang berusia 30-40 tahun mereka pun merasakan bahwa hal ini lebih memudahkan di bandingkan dengan era konvensional sebelumnya. Sedangkan bagi kalangan informan peneliti yang berusia 40-50 tahun keatas menimbulkan beragam respons, diantara mereka ada yang menyambut baik program ini sedangkan yang lain nya merasakan bahwa sistem konvensional lebih baik.

Dari perbedaan respond diantara informan yang berbeda generasi ini menunjukkan bahwa kampanye terkait Smart City belum sempurna karena Smart City di tujukan untuk semua kalangan dan berharap semua kalangan dapat menerima terkait program yang akan di jalankan secara keseluruhan sebagai upaya penerapan Smart City.

Hal ini sejalan dengan definisi tentang kampanye yaitu sebuah program yang telah di

tetapkan mmebutuhkan upaya dan rencana yang bersinambungan , salah satu upaya yang bersinambungan adalah aktivitas kampanye ,kampanye merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang di rencanakan dengan tujuan dapat memberikan dampak sesuai dengan apa yang kita inginkan. Untuk mensosialisasikan suatu program yang telah di ditetapkan membutuhkan upaya untuk memberikan informasi agar tumbuh kesadaran publik sehingga berdampak pada perilaku publik yang sesuai dengan tujuan program tersebut. Dalam khazanah ke PR-an kampanye erat kaitan dengan fungsi menyampaikan informasi yang dapat mempengaruhi sikap publik dengan tehnik komunikasi tertentu.(8)

### ***Smart Environment***

Smart Environment dalam Konsep Smart City menitikberatkan kepada pengelolaan tata kelola lingkungan dalam pembangunan kota yang memperhatikan faktor lingkungan untuk mewujudkan tata kelola lingkungan yang baik, bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Aktivitas Smart Environment bagi pemerintah adalah bagaimana membangun kota namun tetap memperhatikan hak hak lingkungan dengan menyediakan ruang terbuka hijau yang berdampak pada kehidupan warga masyarakat dalam lingkungan tersebut. Sedangkan bagi warga masyarakat lebih menekankan kepada perilaku untuk menjaga lingkungan agar tercipta lingkungan yang sehat dan dapat meningkatkan produktivitas warga masyarakat tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus kepada perilaku warga masyarakat dalam berpartisipasi pada konsep Smart Environment yaitu terkait kepada kesiapan masyarakat tidak menggunakan plastik dalam menunjang aktivitas sehari-hari.

Terkait Smart Environment informan peneliti menunjukkan respon yang menunjukkan bahwa belum ada kesiapan untuk mengurangi penggunaan plastik sebagai upaya mendukung penerapan Smart Environment. Informan peneliti yang berusia 20-30 tahun menyampaikan bahwa belum ada perubahan signifikan terkait penggunaan plastik begitu juga disampaikan oleh informan peneliti yang berusia 30-40 tahun dan informan peneliti yang berusia 40-50 tahun bahwa sampai saat ini penggunaan plastik masih menjadi salah satu pilihan saat beraktivitas.

Hal ini didasari kepada belum tersedianya kampanye yang berkesinambungan mengenai Smart Environment khususnya perilaku minimalisasi penggunaan plastik. Di samping itu karena Smart Environment beririsan dengan tugas dan tanggung jawab pemerintah maka selain kampanye yang belum maksimal hal ini dikarenakan belum ada peraturan yang mengikat seperti aturan pelarangan atau minimal pembatasan penjualan plastik.

Kampanye yang belum signifikan diengaruhi oleh beberapa hal walaupun pada dasarnya kampanye adalah proses penyampaian berbagai macam pesan-pesan yang telah direncanakan dari pengirim

kepada penerima melalui media yang telah ditentukan, dan dalam pesannya penuh dengan menggunakan simbol, baik verbal maupun nonverbal yang bertujuan mendapatkan respon khalayak yang positif.(9)

Sedangkan jika dikaitkan dengan sosial kemasyarakatan akan muncul istilah kampanye sosial yang didefinisikan sebagai proses untuk mengkomunikasikan pesan tentang masalah sosial kemasyarakatan dan masalah yang bersifat non komersil lainnya. Tujuan dalam kampanye sosial untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat berpartisipasi pada upaya menyelesaikan masalah sosial kemasyarakatan yang terjadi.(10)

### ***Smart Governance***

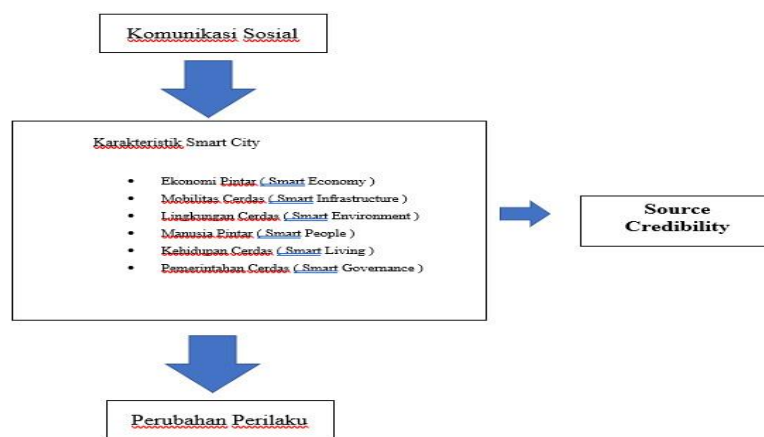
Inti dari Smart Governance ialah bagaimana upaya mewujudkan tata kelola pemerintahan yang efektif, efisien, komunikatif dan terus memberikan kinerja birokrasi yang didasari pada inovasi dan adopsi teknologi yang terpadu. Dikatakan Smart Governance adalah jika pegawai pemerintahan memberikan pelayanan publik yang prima berdasarkan kemampuan komunikasi pribadi dan kemampuan memanfaatkan teknologi / E - Governance sehingga dapat berinovasi secara prima dalam melakukan pelayanan kepada publik.

Implementasi E- Governance sangat beririsan dengan faktor teknis dan faktor non teknis sehingga dapat menghambat tujuan dan manfaat E Governance untuk penerapan

Smart Governance. Faktor non teknis lebih dominan terjadi karena pola pikir pegawai pemerintah sebagai ujung tombak penerapan Smart Governance yang belum maksimal.

Sementara pada aktivitas Smart Governance pada penelitian ini menunjukkan bahwa respon informan baik dari yang berusia 20-30 tahun, 30-40 tahun hingga informan berusia 40-50 tahun merasakan bahwa penerapan Smart Governance tidak maksimal / bermasalah.

Salah satu yang bermasalah dan di rasakan oleh informan adalah terkait infrastruktur E Governance seperti mesin yang dapat di gunakan oleh warga masyarakat tidak berfungsi sebagai mana mestinya sehingga menghambat pelayanan kepada masyarakat. Sementara terkait non teknis nya adalah adanya oknum pegawai pemerintah yang tidak bekerja secara profesional untuk kepentingan pribadi.



Gambar xx: Kerangka Pemikiran

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di paparkan, program Smart City yang telah di kampanyekan sejak tahun 2018 oleh Pemerintah melalui Kementerian Informasi & Komunikasi Republik Indonesia, Program Smart City belum bekerja secara optimal terutama program Smart City yang berkenaan dengan perubahan perilaku yang berdampak besar.

Pada konsep Smart Technology telah berjalan maksimal dikarenakan hal ini berkenaan

dengan kebutuhan pribadi untuk eksistensi sebagai seorang manusia. Sehingga perubahan dalam Smart Technology mudah diterima karena memang sejalan dengan kebutuhan yang di perlukan di era informasi 4.0 dan society 5.0.

Sedangkan pada konsep Smart Economy belum berjalan maksimal karena masih terdapat perbedaan persepsi antara informan yang mewakili generasi Z, Milenial dan X. Menurut peneliti hal ini dikarenakan aktivitas kampanye yang telah di jalankan berpusat

kepada generasi Z dan Millennial sedangkan kebutuhan Generasi X membutuhkan informasi yang lebih banyak dibandingkan kebutuhan informasi Generasi Z dan Generasi Millennial.

Pada konsep Smart Environment, respon yang sama diantara perwakilan informan yang mewakili 3 generasi adalah ketidaksiapannya minimalisasi penggunaan plastik untuk keberlangsung lingkungan yang sehat dan nyaman. Hal ini di karenakan belum adanya konten kampanye yang masif ditujukan kepada warga masyarakat.

Untuk konsep Smart Environment , respon ketidakpuasan terhadap apa yang terjadi sekarang butuh perhatian pemerintah untuk menunjukkan bahwa penerapan konsep Smart City ini di lakukan dengan matang dan terencana sehingga membutuhkan kebijakan yang dapat di ikuti oleh pegawai pemerintah sebagai sumber informasi dan warga masyarakat sebagai penerima informasi.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah atas bimbingan Allah SWT Penelitian ini dapat berjalan dan terselesaikan. Terima kasih kepada Fisip Universitas Sanggabuana Bandung atas kesempatan mengikuti Konfrensi Nasional FISIP Universitas Sangga Buana Bandung, Terima Kasih kepada Ibunda peneliti, Ila Lesmanawati S.Sos dan Istri peneliti Efa Enica, SE yang senantiasa mendoakan dan mengingatkan akan terselesaikannya penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Insani PA. Mewujudkan Kota Responsif Melalui Smart City. *Publisia J Ilmu Adm Publik*. 2017;2(1):25–31.
- Caragliu A, Del Bo C, Nijkamp P. Smart Cities in Europe. *VU Univ Amsterdam, Fac Econ Bus Adm Econom Ser Res Memo*. 2009 Jan 1;18.
- Daniel A. Cohen and Paul Zarowin. Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *J Account Econ*. 2010;50(1):2–19.
- Faruqi U Al. Survey Paper : Future Service in Industry 5.0. *J Sist Cerdas*. 2019;02(01):67–79.
- Ellitan L. Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0. *J Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep*. 2020;10(1):1.
- Becker FG, Cleary M, Team RM, Holtermann H, The D, Agenda N, et al. No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Syria Stud [Internet]*. 2015;7(1):37–72. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_is\\_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars\\_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)
- Ratmanto T. Determinisme Teknologi dalam Teknologi



Komunikasi dan Informasi. *Mediat  
J Komun.* 2005;6(1):43-50.

Khoerunnisa R, Abidin YZ,  
Ma'arif AA. Aktivitas Kampanye  
Public Relations dalam  
Mensosialisasikan Internet Sehat  
dan Aman. *Humas J Ilmu Hub  
Masy [Internet]*. 2018;3(4):59-77.  
Available from:  
[http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.  
php/humas/article/view/453](http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/humas/article/view/453)

Venus Antar. *Manajemen  
Kampanye: Panduan Teoritis dan  
Praktis dalam Mengefektifkan  
Kampanye Komunikasi*. Bandung:  
Simbiosis Rekatama Media; 2004.

Ramlan Surbakti. *Memahami Ilmu  
Politik*. Jakarta: Gramedia Widia  
Sarana Indonesia; 2006.