

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA TANGERANG DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT MELALUI APLIKASI TANGERANG LIVE

Yoga Tirta Pratama¹ dan Prudensius Maring²

Email¹ : yogatirta70@gmail.com Email² : prudensius.maring@budiluhur.ac.id

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The delivery of information to the public today requires the support of technology and appropriate communication strategy measures so that the implementation of communication becomes more directed. This encourages the need for research to explain the communication strategies used in conveying information to the public. The problem of this research is how the Tangerang city government's community strategy in conveying information to the public through the Tangerang LIVE Application. This research uses qualitative descriptive research methods. The key informant in this study is an employee of the Tangerang City Government section of the KomInfo Office. While the informant is the people of Tangerang City as users of Tangerang LIVE Application. Data collection is obtained based on interview results, observations, and documentation. The results of the study showed that the communication strategy in conveying information through the Tangerang LIVE Application conducted by the Tangerang City Government included Flatter (Tuesday Visit), Exhibition, and Through forums in collaboration with the Village or Subdistrict. The conclusion of this study is that the communication strategy carried out by the Tangerang City Government through its programs has largely been effective because the users of Tangerang live application are increasing and the public is satisfied with the features in the Tangerang LIVE application.

Keywords: Communication Strategy, Informatio, Public, Tangerang LIVE Application

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi kini membawa perubahan signifikan. Manusia menciptakan teknologi dengan motivasi dan dorongan agar hidup menjadi lebih baik. Manusia membuat teknologi dan menciptakan alat-alat untuk mendukung perkembangan informasi. Sistem komunikasi dengan alat komunikasi yang searah maupun dua arah (interaktif) dapat membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaan. Saat ini peradaban baru teknologi informasi sudah memasuki era digitalisasi. Berbagai produk terkini mulai bermunculan sehingga menyebabkan istilah masyarakat modern bergeser dan terjadi perluasan makna menjadi masyarakat digital (Utomo & Hariadi, 2016).

Seiring dengan perubahan dan perkembangan teknologi, pemerintah pun melirik pemanfaatan teknologi informasi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat secara maksimal dan optimal. Pemerintah Kota Tangerang merilis sebuah aplikasi yang bernama Tangerang LIVE sebagai media komunikasi Pemerintah Kota Tangerang dengan masyarakat. Peran penggunaan teknologi dikelola oleh DiskomInfo Kota Tangerang dan dimanfaatkan dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan pelayanan dengan lebih mudah dalam mewujudkan *Smart City* (Zuliansyah, 2021).

Lembaga atau institusi dalam menjalankan kegiatannya tidak terlepas dari adanya komunikasi. Karena komunikasi dalam sebuah institusi memegang peran penting terhadap proses kelancaran penyampaian pesan dan pertukaran pesan atau informasi. Dalam rangka menjalankan perannya sebagai sentral kemajuan lembaga maka divisi komunikasi lembaga harus mempunyai strategi yang kuat dalam menyampaikan komunikasi terhadap publik atau masyarakat, sehingga komunikasi yang keluar bisa membawa kearah kemajuan pada suatu perusahaan, lembaga, atau organisasi.

Strategi komunikasi untuk sosialisasi progam pemerintah merupakan upaya yang harus dilakukan. Hasil penelitian Lianjani (2018) memperlihatkan bahwa strategi komunikasi

dalam mensosialisasikan program Smart City pemerintah kota Tangerang selatan melalui lima tahap yaitu, penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Faktor pendukung dan penghambat dalam mensosialisasikan program smart city yaitu, pendukung (dibentuknya seksi SDM, pihak yang terlibat sudah ahli dalam bidangnya, penggunaan media sosial, pemberitaan tentang smart city kota Tangerang selatan di media), penghambat (SDM aparatur sipil negara masih perlu ditingkatkan, dukungan dari OPD masih dibutuhkan, semangat perubahan dari OPD masih belum merata, perlu adanya perbaikan substantial (Lianjani, 2018). Pada bidang lain, strategi komunikasi tetap diperlukan. Seperti terlihat dari hasil penelitian Lestari (2016) tentang strategi komunikasi dalam meningkatkan ketertiban lalu lintas pada Satlantas Polresta Kota Palembang yakni meliputi Binluh (bimbingan penyuluhan), Dikmas (pendidikan masyarakat), dan himbaun mengenai lalu lintas. Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan komunikasi tersebut, yang menjadi faktor pendukung ialah kendaraan operasional dinas yang digunakan, anggaran yang lancar, dan kerjasama tim personi; gabungan yang berkoodinasi pada tiap-tiap pos penjagaan/zona yang telah ditentukan. Adapun faktor penghambatnya yakni manusianya (faktor mental disiplin yang kurang), dan (cuaca), dan infrastruktur yang belum memadai (Lestari, 2016).

Pemerintah Kota Tangerang memanfaatkan teknologi sebagai alat bantu mereka dalam mengembangkan pelayanan kepada masyarakat. Tahun 2016 Pemerintah Kota Tangerang mendirikan Aplikasi Tangerang LIVE untuk mewujudkan *Smart City*. Istilah Tangerang LIVE dipilih sebagai slogan Kota Tangerang memiliki arti mendalam. LIVE adalah singkatan dari *Liveable, Investable, Visitable, dan E-city*. *Liveable* artinya kota layak huni, *Investable* artinya kota primadona bagi investor, *Visitable* artinya kota wisata dan *E-city* yaitu kota berbasis elektronik. Aplikasi Tangerang LIVE merupakan sebuah perwujudan dari konsep *Smart City* yang mengacu kepada pemanfaatan teknologi informasi dalam mewujudkan Kota Tangerang yang lebih cerdas. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang berbasis teknologi internet. Dengan adanya aplikasi Tangerang LIVE pemerintah secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk mendapatkan hidup yang lebih mudah dan efisien dalam memperoleh informasi yang tepat. Aplikasi Tangerang LIVE dikelola oleh Dinas KomInfo Pemerintah Kota Tangerang yang terbagi menjadi beberapa bidang dan dikepalai oleh kepala bidang dari setiap bidangnya. Aplikasi Tangerang LIVE dijadikan sebagai media Pemerintah Kota Tangerang dalam memberikan informasi, sebagai media alternatif untuk masyarakat berkomunikasi dengan pemerintah untuk mendapatkan pelayanan dan informasi (Irfan, 2021).

Di antara media yang digunakan untuk penyebaran informasi oleh Pemerintah Kota Tangerang seperti media cetak, media sosial atau website, Aplikasi Tangerang LIVE menjadi media baru dalam membantu penyebaran informasi. Aplikasi Tangerang LIVE sebagai media baru yang digunakan untuk memudahkan pekerjaan, yaitu memberikan informasi dan pelayanan kepada masyarakat di Kota Tangerang. Pemerintah Kota Tangerang dalam upaya menyampaikan informasi melalui Aplikasi Tangerang LIVE menghadapi banyak tantangan karena banyak masyarakat Kota Tangerang belum mengetahui adanya Aplikasi Tangerang LIVE dan kegunaan fitur-fitur yang ada pada Aplikasi Tangerang LIVE. Berdasarkan masalah tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang harus dijalankan agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui adanya Aplikasi Tangerang LIVE?

KERANGKA TEORITIS

Untuk menjawab masalah dan tujuan maka penelitian ini mengacu kepada teori dan konsep strategi komunikasi, media, informasi, dan aplikasi. Middleton dalam Hafied Cangara (2013) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua

elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Definisi yang dikemukakan oleh Middleton memperlihatkan bahwa sebuah strategi komunikasi dilakukan dengan mengkombinasikan semua elemen komunikasi yang sengaja untuk dirancang sedemikian rupa dengan maksud tercapainya tujuan komunikasi yang diinginkan.

Menurut Arifin (2005), strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Penggunaan strategi komunikasi dalam menunjang ketercapaian tujuan komunikasi yang diinginkan bukan hanya sebagai petunjuk apa yang harus dilakukan, tetapi juga menunjukkan bagaimana cara pelaksanaannya. Hal serupa juga dikemukakan Effendy (2005) bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Tujuan strategi komunikasi adalah untuk menciptakan pengertian dalam berkomunikasi, membina dan memotivasi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan pihak komunikator. Menurut Arifin, langkah-langkah strategi komunikasi adalah mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media (Arifin, 2005). Lebih jauh dijelaskan bahwa langkah pertama yang harus diambil oleh komunikator dalam usahanya menyampaikan komunikasi yang efektif adalah dengan mengenal khalayak yang dihadapi. Khalayak yang berperan aktif pada proses komunikasi dapat bertukar peran menjadi komunikator, sehingga mereka dapat saling mempengaruhi. Langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama agar pesan tersebut dapat mempengaruhi khalayak, ialah mampu membangkitkan perhatian. Efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh metode penyampaian yang digunakan pada sasaran. Langkah penting lainnya adalah ketepatan memilih media untuk penyampaian pesan (Arifin, 2005).

Untuk mewujudkan komunikasi yang efektif, selain menerapkan langkah-langkah strategi komunikasi atas, unsur yang dominan dalam mencapai sebuah efektivitas komunikasi adalah peran komunikator. Keberhasilan dalam penerapan semua langkah-langkah komunikasi ditentukan oleh peran komunikator. Karenanya, sebelum komunikator menjalankan proses komunikasi ia harus melakukan persiapan untuk mengenal khalayak, menyusun pesan, memilih metode dan menentukan media yang cocok dengan pesan yang akan disampaikan dan kondisi khalayak sasaran. Komunikator harus memiliki kemampuan imajinasi atau memiliki gambaran umum mengenai khalayak yang akan dihadapi. Benar tidaknya gambaran tersebut bergantung pada kualitas komunikator. Indikator penting bagi komunikator adalah kredibilitas yaitu menyangkut kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan dan keahlian yang dimaksud adalah dari aspek keilmuan dan pengetahuan sesuai dengan apa yang akan disampaikan (Rakhmat, 2005; Yuki, 2009).

Konsep lain yang digunakan adalah media. Dalam pengertian umum, yang dimaksud media komunikasi juga mencakup institusi dan organisasi tempat orang-orang bekerja. Media adalah sarana untuk menyalurkan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Media digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berada di tempat yang jauh dari komunikator dan atau jumlahnya banyak (Effendi, 1993). Media atau medium adalah perantara sebuah saluran untuk menyampaikan pesan dari *source* atau sumber, ke *receiver* atau penerima (Dominick, 1996). Dengan pengertian ini yang termasuk sebuah media adalah; gelombang udara, gelombang suara, telepon, televisi, radio, media baru dan lainnya. Media baru sebagai media yang menandakan berkembangnya sebuah teknologi dari masa ke masa.

Untuk menentukan perencanaan media, para perencana media harus menentukan syarat media yang tepat untuk digunakan. Setiap orang yang memiliki prospek terhadap suatu barang atau jasa pasti memiliki waktu dan tempat yang dapat dijangkau oleh media yang mereka harapkan. Massa dalam pengertian komunikasi adalah sekumpulan orang tak terhitung

jumlahnya tersebar di berbagai daerah ataupun wilayah dan relatif tidak terjangkau menjadi sasaran penyampaian isi pesan. Pada era *cyber technology* dikenal istilah media interaktif sebagai media massa yang penggunaannya tergantung pada pemakaiannya. Media interaktif menyajikan informasi sangat banyak sehingga memprograman disesuaikan dengan kebutuhan, seperti dioperasionalkan melalui internet (Winangsih dan Sihabudin, 2012).

METODE PENELITIAN

Untuk menjawab masalah penelitian maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Moleong, 2011; Deddy, 2003). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif masyarakat yang diteliti. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka peneliti kualitatif harus melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui realitas dan perkembangan di lapangan. Peneliti kualitatif tidak membuat dugaan-dugaan sebelum melakukan penelitian, analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan mendapatkan hasil akhir yang diharapkan harus didasarkan pada hasil penelitian lapangan (Moleong, 2011; Siyoto & Sodik, 2015).

Sesuai masalah dan tujuan penelitian maka jenis penelitian yang diterapkan bersifat deskriptif kualitatif. Melalui penelitian deskriptif kualitatif, peneliti berusaha menggambarkan realitas sosial tentang strategi komunikasi sebagai subyek penelitian yang diterapkan pada pemerintah Kota Tangerang sebagai obyek penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan, mendeskripsikan dan mendokumentasikan fakta-fakta yang ada di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan secara luas dan detail terhadap suatu hal karena penelitian ini mengumpulkan data-data berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan pada saat peneliti melakukan penelitian dan terjun langsung di instansi tersebut (Moleong, 2011)

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pemerintahan Kota Tangerang selama bulan November hingga Desember 2021. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara terhadap *informan*. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai *key-informan* yaitu pejabat pengelola data dan informasi; dan *informan* yang terdiri dari petugas yang mengelola data-informasi dan masyarakat sebagai pengguna informasi. Data Sekunder yang merupakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan, baik dari buku, artikel ilmiah, dan beberapa dokumentasi dari Pemerintah Kota Tangerang.

Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, selain itu dikumpulkan juga data sekunder. Untuk memenuhi kualitas data maka peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Widhiyarti, 2017, Moleong, 2011). Analisis dilakukan setelah penelitian lapangan dengan mengacu kepada masalah dan tujuan penelitian serta inspirasi teori-konsep tentang strategi komunikasi, media massa, dan aplikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Tangerang Live

Aplikasi Tangerang LIVE merupakan wujud kemajuan teknologi dalam mengelola media untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang dikelola oleh Dinas KomInfo Kota Tangerang. Aplikasi Tangerang LIVE ini merupakan aplikasi yang berbasis teknologi internet. Tangerang LIVE yang memiliki arti yang terdapat pada kata LIVE sebagai singkatan dari *Liveable*, *Investable*, *Visitable* dan *E-city*. Pada dasarnya Pemerintah Kota Tangerang membuat Aplikasi Tangerang LIVE adalah sebagai upaya agar masyarakat bisa mendapatkan informasi dan

pelayanan publik dengan lebih mudah. Informasi yang ada pada Aplikasi Tangerang LIVE diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Irfan, 2021).

Aplikasi Tangerang LIVE memuat berbagai fitur aplikasi seperti e-News, LAKSA, Darurat 112, Siap Kerja, SEGAR, Simpati RS, Perijinan Online. Fitur e-News berisi berita kegiatan di Pemerintahan Kota Tangerang. Fitur LAKSA atau Layanan Aspirasi Kotak Saran Anda merupakan sebuah layanan bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi maupun keluhan kepada Pemerintah Daerah dan pihak kepolisian. Keluhan tersebut dimonitor langsung oleh operator sehingga aspirasi atau keluhan tersebut langsung diteruskan kepada pihak terkait untuk diproses dan diselesaikan. Darurat 112 merupakan layanan panggilan tunggal terpadu hasil kerjasama Pemerintah Pusat dengan Pemerintah Daerah untuk pelayanan kecelakaan, kebakaran, dan ambulans yang dapat diakses secara gratis.

Fitur Siap Kerja merupakan aplikasi pencari kerja yang disediakan Pemerintah Kota Tangerang bagi masyarakat yang sedang mencari pekerjaan, dan dapat langsung mengirimkan lamaran ke lowongan pekerjaan yang tersedia di Kota Tangerang. Fitur SEGAR atau Sistem Informasi Harga Pasar merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh Pemerintah Kota Tangerang yang berguna untuk memantau harga-harga sembako di pasar-pasar yang terdapat di Kota Tangerang secara *real time*. Fitur Simpati RS atau Sistem Informasi Tempat Tidur Rumah Sakit merupakan sistem yang memberikan informasi ketersediaan tempat tidur di setiap rumah sakit yang ada di Kota Tangerang. Fitur ini menyediakan informasi ketersediaan tempat tidur di rumah sakit berdasarkan kelasnya. Fitur Perijinan Online merupakan aplikasi untuk memudahkan masyarakat dalam membuat ijin dalam membuka lapangan usaha terutama layanan SIUP dan TDP.

Pemerintah Kota Tangerang melalui Dinas KomInfo menggagas beberapa program yang bertujuan agar masyarakat lebih siap menggunakan Aplikasi Tangerang LIVE secara luas dan banyak. Untuk mewujudkan hal tersebut, Dinas KomInfo meluncurkan beberapa program agar masyarakat lebih mengetahui dan mengenal Aplikasi Tangerang LIVE yang meliputi, SANJUNG (Selasa Berkunjung), Pameran, Melalui Forum-Forum yang Melibatkan Masyarakat Kota Tangerang yang diadakan di Kecamatan dan Kelurahan. Pada penerapannya, SANJUNG (Selasa Berkunjung) yang diadakan di Ruang Kendali Kota, Tangerang Live Room setiap hari Selasa. Kegiatan ini diperuntukan kepada siswa/i, mahasiswa dan masyarakat. Program SANJUNG menjadi sarana edukasi dan wisata bagi masyarakat untuk mengenal sejarah dan program yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Tangerang terutama tentang manfaat dan fitur yang ada di Aplikasi Tangerang LIVE.

Program pameran yang dilakukan oleh Dinas KomInfo Kota Tangerang menjadi salah satu kegiatan untuk memperkenalkan Aplikasi Tangerang LIVE kepada masyarakat Kota Tangerang yang menjelaskan tentang fitur-fitur yang ada dan cara menggunakannya. Dinas KomInfo melalui programnya yang bekerja sama dengan kelurahan dan kecamatan yang ada di kota tangerang melalui forum-forum yang melibatkan masyarakat kota tangerang dalam upaya memperkenalkan aplikasi tangerang live, dimana kegiatan ini dilakukan dua kali dalam seminggu. Berbagai fitur dan layanan yang terdapat di Aplikasi Tangerang LIVE menjadi pilihan masyarakat dalam kebutuhannya, dengan pemilihan permasalahan berdasarkan fitur dan layanan yang ada. Aplikasi Tangerang LIVE sejauh ini dianggap sudah berhasil dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat bisa dilihat dari daftar pengguna yang sudah melakukan *download* dan akun yang sudah terverifikasi terus bertambah.

Strategi Komunikasi

Pilihan masyarakat terhadap Aplikasi Tangerang Live dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Tangerang yang mencakup tahap pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, dan seleksi penggunaan media (Arifin, 2005; Effendi, 2005). Pada dasarnya masyarakat Kota Tangerang adalah masyarakat yang masuk dalam kategori masyarakat *Those Who Know You dan Like You* (mengetahui dan menyukai anda) yang berarti bahwa masyarakat Kota Tangerang mengetahui program yang dirancang oleh Dinas KomInfo dan menerima program tersebut. Meskipun pada awalnya masyarakat tidak tertarik untuk mendownload dan menggunakan Aplikasi Tangerang LIVE, tetapi dengan adanya program ini kemudian memperoleh penjelasan mengenai manfaat dan fitur-fitur yang ada pada Aplikasi Tangerang LIVE, akhirnya masyarakat menyadari dan mau menggunakan Aplikasi Tangerang LIVE sebagai media untuk mendapatkan informasi dan pelayanan dari Kota Tangerang. Sikap antusias masyarakat Kota Tangerang membuat penyampaian informasi melalui Aplikasi Tangerang LIVE tidak terlalu sulit untuk dilakukan oleh Dinas KomInfo. Selain itu, masyarakat Kota Tangerang juga mempunyai keinginan untuk mendapatkan informasi dan pelayanan dengan lebih mudah dan cepat.

Pengelolaan pesan adalah bagian yang penting dalam proses komunikasi. Tanpa pesan, maka proses komunikasi tidak akan berjalan terlebih ketika proses komunikasi mengharapkan sebuah efek, tanpa pesan maka hal demikian tidak akan terjadi. Dari data yang diperoleh setelah proses wawancara mendalam yang dilakukan, maka dapat diperoleh keterangan bahwa pesan-pesan yang diberikan oleh Dinas KomInfo termasuk dalam pesan yang mudah dipahami oleh masyarakat. Program-program diselenggarakan di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang atau bekerja sama dengan Kelurahan dan Kecamatan yang ada di Kota Tangerang. Dengan demikian, masyarakat tidak kesulitan mencari informasi dan penjelasan tentang manfaat fitur-fitur dan layanan yang terdapat pada Aplikasi Tangerang LIVE. Selain itu, tempat penyelenggaraan program ini yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

Selain pesan yang mudah dipahami, sosialisasi program ini melibatkan orang-orang yang berkompeten di bidangnya. Fitur-fitur langsung ditangani oleh mereka yang berkompeten sehingga setiap informasi yang masuk langsung diproses untuk dihubungkan dengan instansi pemerintah daerah terkait. Ada juga peran bidang Pengembangan dan Integrasi Aplikasi Layanan Publik untuk menjelaskan bagaimana sistem dari Aplikasi Tangerang LIVE berjalan. Bagian ini juga melakukan update program-program baru yang dikeluarkan Pemerintah Kota Tangerang seperti bantuan dan *job-fair* tingkat kelurahan yang diinformasikan melalui Aplikasi Tangerang LIVE. Dengan adanya sosialisasi ini maka masyarakat Kota Tangerang memahami Aplikasi Tangerang LIVE.

Hal penting lain yang dilakukan sebagai strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak. Masyarakat Kota Tangerang sebagai khalayak penerima program dari Dinas KomInfo, terlebih dahulu harus dipahami dari berbagai segi, termasuk kapasitasnya dalam memahami informasi. Oleh karenanya, dalam penyampaian programnya, Dinas KomInfo menggunakan metode edukasi, metode edukasi ini dipilih dari sekian banyak metode yang ada. Metode yang digunakan dalam penyampaian program ini melalui bimbingan serta memberikan penjelasan tentang manfaat fitur-fitur dan pelayanan yang ada di Aplikasi Tangerang LIVE, sehingga pengetahuan masyarakat bisa lebih luas. Pada intinya Dinas KomInfo berfungsi mengajak masyarakat Kota Tangerang yang ingin mendapatkan informasi dan pelayanan secara mudah dan cepat bisa menggunakan Aplikasi Tangerang LIVE.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Pemerintah Kota Tangerang menerapkan strategi komunikasi berupa penyusunan pesan, penetapan metode, seleksi dan penggunaan media (Arifin, 2005). Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa kemajuan teknologi berdampak ke semua aspek kehidupan. Era digital saat ini menjadi sangat tergantung pada kemajuan teknologi yang dapat menciptakan efisiensi dengan jangkauan wilayah yang luas tanpa dihalangi oleh

batas-batas ruang dan waktu, salah satu wujud teknologi yang berhasil menjawab kebutuhan tersebut adalah teknologi internet. Dengan berkembangnya kemajuan teknologi yang melahirkan internet hal ini juga dirasakan oleh Pemerintah Kota Tangerang serta menjadi peluang besar untuk mempermudah penyampaian informasi guna mengimbangi mobilitas masyarakat yang semakin tinggi seperti saat ini. Memilih sarana yang dinilai tepat dan sangat efektif juga memiliki peranan yang sangat penting sebagai alat komunikasi dalam menginformasikan sesuatu kepada masyarakat di era digitalisasi seperti sekarang ini, karena lebih komunikatif sehingga lebih menarik perhatian masyarakat dan informasi dapat tersampaikan dengan baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dikemukakan kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, strategi komunikasi Pemerintah Kota Tangerang dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui Aplikasi Tangerang LIVE dilakukan melalui beberapa program seperti SANJUNG (Selasa Berkunjung), Pameran, dan melalui forum-forum yang melibatkan masyarakat Kota Tangerang di tingkat Kecamatan dan Kelurahan. Program-program tersebut efektif karena pengguna Aplikasi Tangerang LIVE yang semakin bertambah dan masyarakat merasa puas dengan fitur-fitur yang ada pada Aplikasi Tangerang LIVE.

Kedua, langkah-langkah komunikasi yang dilakukan oleh Dinas KomInfo Kota Tangerang disampaikan melalui beberapa media seperti media cetak, media elektronik, dan media sosial. Dari situlah kemudian program diinformasikan kepada masyarakat dengan harapan masyarakat mau mengikuti program-program yang telah ditetapkan oleh Dinas KomInfo. Program-program tersebut dilakukan oleh beberapa bidang yang ada pada Dinas KomInfo. *Ketiga*, pengelolaan Aplikasi Tangerang LIVE oleh Dinas KomInfo dilakukan melalui langkah-langkah mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media.

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti lain dalam kaitannya dengan media komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan atau lembaga dalam menyampaikan informasi melalui media berupa aplikasi. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian lain dalam bidang ilmu komunikasi dan memberi wawasan peneliti lain dalam melakukan langkah yang akan mereka lakukan. Saran praktis adalah Dinas KomInfo Pemerintah Kota Tangerang perlu mengembangkan hal baru dan ide-ide yang lebih kreatif dalam menerapkan strategi komunikasi melalui program baru secara virtual yang dilakukan melalui platform seperti Zoom atau Gmeet. Dinas KomInfo perlu melakukan evaluasi terhadap apa yang telah dilaksanakan untuk mengetahui efek yang nyata kepada masing-masing pihak yang dituju.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2005. *Strategi Komunikasi*. Jakarta: Sains Humas.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dominick R, Joseph. 1996. *The Dynamic of Mass Communication, 5th Ed*. New York: McGraw-Hill.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hariadi, Utomo. 2016. *Strategi Pembangunan Smart City dan Tantangannya bagi Masyarakat Kota*. Jurnal Strategi dan Bisnis. Vol 4. No. 2
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknis Praktis Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

- Linjani, Aprilia. 2018. "Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Progam Smart City". Skripsi Progam S1 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Tangerang Selatan.
- Lestari, Nurcahyani Putri. 2016. "Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang". Skripsi Progam S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimein. 1990. *Prinsip-Prinsip Komunikasi untuk Penyuluhan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Winangsih, Rahmi dan Sihabudin, Ahmad. 2012. *Komunikasi Antar Manusia*. Serang: Getok Tular.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Elfabeta.
- Yukl, Gary. 2009. *Kepemimpinan Dalam Organisasi*. Terjemahan oleh Budi Supriyanto. Jakarta: P.T. Indeks.
- Yusuf M, Pawit. 2004. *Teori dan Praktis Penelusuran Informasi: Informasi Retrieval*. Jakarta: Prenda Media Group.

INTERNET :

- Agung Zuliansyah, Rangga "Pemkot Tangerang Luncurkan Aplikasi Tangerang Live", <https://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/18344/Pemkot-Tangerang-Luncurkan-Aplikasi-Tangerang-Live>, (diakses pada bulan Maret 2021).
- Irfan, Achmad "Tangerang LIVE kumpulan aplikasi pelayanan Pemkot resmi tersedia", <https://www.antaraneews.com/berita/579279/tangerang-live-kumpulan-aplikasi-pelayanan-pemkot-resmi-tersedia>, (diakses pada bulan Maret 2021).
- Tangerang Online, "Tangerang Live Bukan Sekedar Slogan Baru". <https://tangerangonline.id/2016/02/16/tangerang-live-bukan-sekadar-slogan-baru/>, (diakses pada bulan Maret 2021).