

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Provinsi Jawa Tengah

Indonesia adalah negara republik dengan bentuk negara kepulauan. Dari mulai pulau Sumatra, pulau Kalimantan, pulau jawa, pulau selawesi dan lain sebagainya. Dari pulau pulau tersebut pulau yang memiliki tingkat kependudukan tinggi adalah pulau jawa. Pulau jawa terbagi menjadi tiga bagian yaitu jawa barat, jawa tengah dan jawa timur.

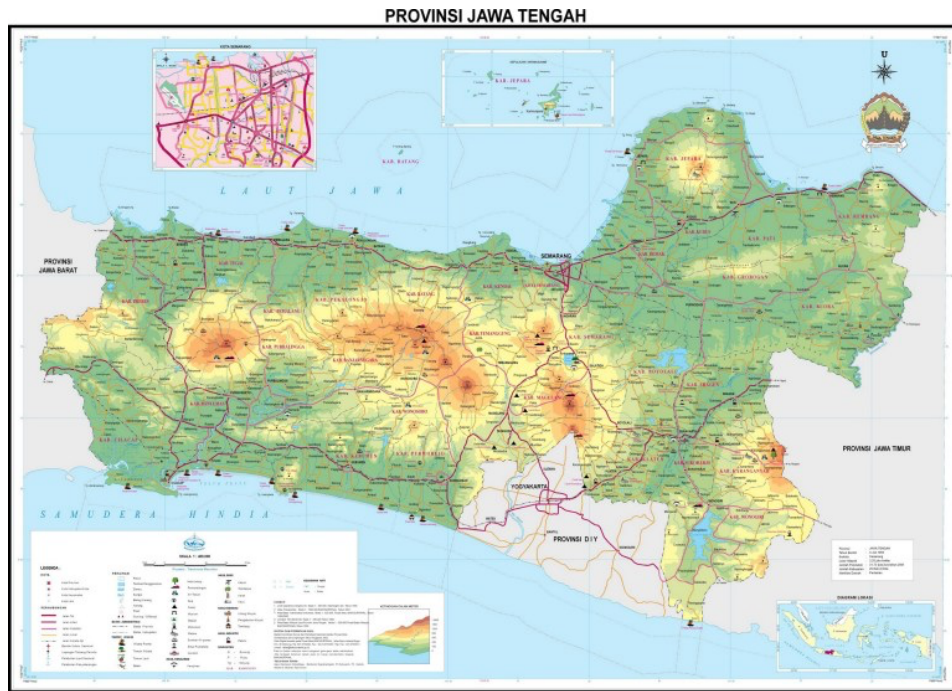
Pada masa pemerintahan Belanda, Jawa Tengah didirikan dengan lima daerah besar yaitu Semarang, Pati, Kedu, Banyumas, dan Pekalongan. Pada saat Belanda ,yaitu Pekalongan, Tegal, Semarang, Salatiga dan Magelang. Tahun 1930, dibentuklah Dewan Provinsi yang menyebabkan munculnya lima keresidenan dengan beberapa keresidenan yang dibagi lagi menjadi beberapa kewadanaan. Jawa Tengah sendiri terdiri dari karesidenan Pekalongan, Pati, Semarang, Banyumas, dan Kedu. Jawa Tengah berada di koordinat 5o 40' dan 8o 30' Lintang Selatan dan antara 108o 30' dan 111o 30' Bujur Timur. Memiliki luas wilayah 32.548 km². Menurut letak geografisnya maka Kepulauan Karimunjawa dan Pulau Nusakambangan di sebelah selatan termasuk dalam provinsi Jawa Tengah. Jawa Tengah memiliki perbatasan langsung dengan beberapa daerah. Sebelah barat berbatasan dengan provinsi Jawa Barat, sebelah selatan dengan Yogyakarta dan Samudera Hindia, sebelah utara dengan Laut Jawa dan sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa (Gestama, 2019).

Tabel 1.1 35+Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Beserta Luas dan Keterangan

No	Kabupaten/Kota	Ibu Kota	Luas Wilayah (km)	Populasi (jiwa)
1	Kabupaten Banjarnegara	Banjarnegara	1.023,73	1.002.398
2	Kabupaten Banyumas	Purwokerto	1.335,30	1.741.077
3	Kabupaten Batang	Batang	788,65	773.138
4	Kabupaten Blora	Blora	1.804,59	893.940
5	Kabupaten Boyolali	Boyolali	1.008,45	989.776
6	Kabupaten Brebes	Brebes	1.902,37	1.896.243
7	Kabupaten Cilacap	Cilacap	2.124,47	1.840.594
8	Kabupaten Demak	Demak	900,12	1.116.343

9	Kabupaten Grobogan	Purwodadi	2.013,86	1.448.535
10	Kabupaten Jepara	Jepara	1.059,25	1.158.182
11	Kabupaten Karanganyar	Karanganyar	775,44	896.991
12	Kabupaten Kebumen	Kebumen	1.211,74	1.362.524
13	Kabupaten Kendal	Kendal	1.118,13	976.771
14	Kabupaten Klaten	Klaten	658,22	1.304.519
15	Kabupaten Kudus	Kudus	425,15	832.681
16	Kabupaten Magelang	Mungkid	1.102,93	1.280.679
17	Kabupaten Pati	Pati	1.489,19	1.283.790
18	Kabupaten Pekalongan	Kajen	837	934.929
19	Kabupaten Pemalang	Pemalang	1.118,03	1.471.174
20	Kabupaten Purbalingga	Purbalingga	677,55	953.304
21	Kabupaten Purworejo	Purworejo	1.091,49	771.203
22	Kabupaten Rembang	Rembang	887,13	625.991
23	Kabupaten Semarang	Ungaran	950,21	1.008.646
24	Kabupaten Sragen	Sragen	941,54	981.416
25	Kabupaten Sukoharjo	Sukoharjo	489,12	897.291
26	Kabupaten Tegal	Slawi	876,1	1.444.074
27	Kabupaten Temanggung	Temanggung	837,71	769.843
28	Kabupaten Wonogiri	Wonogiri	1.793,67	1.081.041
29	Kabupaten Wonosobo	Wonosobo	981,41	858.273
30	Kota Magelang	-	16,06	129.303
31	Kota Pekalongan	-	45,25	305.052
32	Kota Salatiga	-	57,36	186.859
33	Kota Semarang	-	373,78	1.653.035
34	Kota Surakarta	-	46,01	562.269
35	Kota Tegal	-	39,68	280.940

*Sumber : Zaky, (35+ Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Beserta Luas dan
Keterangannya, 2019)*



Gambar 1.1 Peta Provinsi Jawa Tengah

Sumber: abundancethebook, (Peta Jawa Tengah, 2019)

Jumlah penduduk perempuan di Provinsi Jawa Tengah lebih banyak dibandingkan laki-laki. Berdasarkan data BPS, jumlah penduduk perempuan di ibu kota Provinsi Jawa Tengah ini sebanyak 17.389.029 jiwa sementara penduduk laki-laki hanya 17.101.806 jiwa.

Usia produktif (15-64 tahun) mendominasi penduduk Kota Semarang, yakni mencapai 1,9 juta jiwa atau sekitar 73% dari total populasi. Sementara itu, penduduk tidak produktif (usia belum produktif + usia sudah tidak produktif) hanya 497 ribu jiwa atau sekitar 18%.

Penduduk Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah penduduk dapat dilihat pada table dan grafik pertumbuhan penduduk di table dan gambar dibawah ini.

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Jawa Tengah, 2015-2018
Population by Age Group and Sex in Jawa Tengah Province, 2015-2018

Kelompok Umur / Age Group	Jenis Kelamin/ Sex											
	Laki-Laki/ Male				Perempuan/ Female				Jumlah/ Total			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
0-4	1 408 716	1 391 554	1 375 687	1 361 107	1 337 097	1 320 699	1 305 558	1 291 644	2 745 813	2 712 253	2 681 245	2 652 751
5-9	1 432 486	1 431 655	1 426 774	1 418 882	1 354 681	1 353 647	1 347 451	1 340 585	2 787 167	2 785 302	2 774 225	2 759 467
10-14	1 431 864	1 426 327	1 423 868	1 425 727	1 363 808	1 358 517	1 356 945	1 356 359	2 795 672	2 784 844	2 780 813	2 782 086
15-19	1 457 813	1 457 085	1 449 081	1 435 782	1 378 658	1 378 084	1 372 453	1 362 756	2 836 471	2 835 169	2 821 534	2 798 538
20-24	1 334 658	1 357 825	1 380 567	1 399 647	1 284 713	1 298 178	1 313 048	1 326 842	2 619 371	2 656 003	2 693 615	2 726 489
25-29	1 179 834	1 192 053	1 212 864	1 239 047	1 199 054	1 201 270	1 210 957	1 224 272	2 378 888	2 393 323	2 423 821	2 463 319
30-34	1 181 335	1 170 658	1 158 838	1 149 275	1 248 678	1 233 817	1 214 748	1 196 787	2 430 013	2 404 475	2 373 586	2 346 062
35-39	1 216 225	1 205 621	1 194 936	1 182 362	1 269 672	1 265 802	1 262 288	1 256 526	2 485 897	2 471 423	2 457 224	2 438 888
40-44	1 185 875	1 189 730	1 192 670	1 195 705	1 236 939	1 240 110	1 243 162	1 247 098	2 422 814	2 429 840	2 435 832	2 442 803
45-49	1 140 026	1 147 331	1 152 113	1 154 822	1 209 028	1 215 340	1 218 443	1 219 322	2 349 054	2 362 671	2 370 556	2 374 144
50-54	1 042 111	1 055 295	1 068 394	1 080 791	1 105 339	1 126 818	1 145 570	1 161 363	2 147 450	2 182 113	2 213 964	2 242 154
55-59	889 114	914 920	937 017	956 404	903 214	944 920	982 111	1 015 290	1 792 328	1 859 840	1 919 128	1 971 694
60-64	672 288	707 620	741 012	771 993	671 059	705 102	744 803	787 101	1 343 347	1 412 722	1 485 815	1 559 094
65+	1 178 553	1 223 520	1 274 272	1 330 262	1 461 303	1 505 597	1 552 235	1 603 084	2 639 856	2 729 117	2 826 507	2 933 346
Jumlah/Total	16 750 898	16 871 194	16 988 093	17 101 806	17 023 243	17 147 901	17 269 772	17 389 029	33 774 141	34 019 095	34 257 865	34 490 835

Sumber: Proyeksi Penduduk Kabupaten Kota Provinsi Jawa Tengah 2010-2025
Source: Indonesia Population Projection 2010-2025

Gambar 1.2 Proyeksi Jumlah Penduduk Provinsi Jawa Tengah Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : *Jateng.bps.go.id (Sosial dan Kependudukan, 2018)*

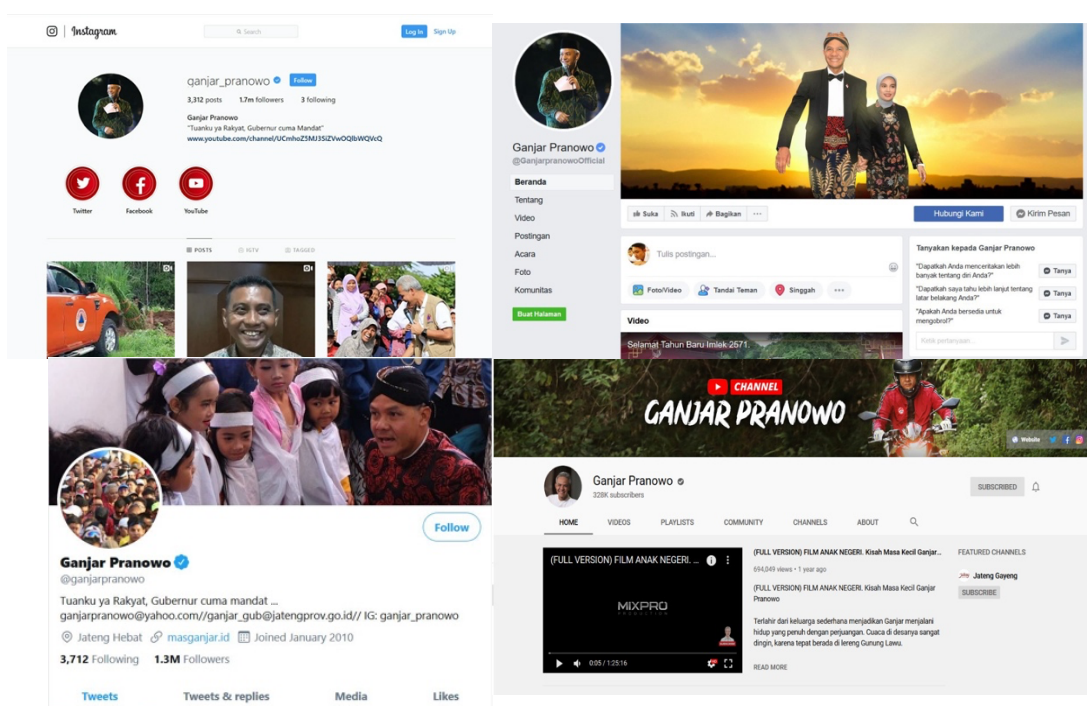


Gambar 1.3 Proyeksi Jumlah Penduduk Provinsi Jawa Tengah Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : *Jateng.bps.go.id (Sosial dan Kependudukan, 2018)*

1.1.2 Sosial Media Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo menggunakan beberapa media untuk menjangkau masyarakatnya, termasuk media sosial. Penggunaan media sosial merupakan salah satu upaya untuk mendekatkan layanan publik kepada masyarakat dengan teknologi informasi yang tersedia saat ini. Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah saat ini memiliki beberapa media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat di berbagai kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah Media sosial yang dimiliki oleh Ganjar Pranowo beserta *Followers*-nya



Gambar 1.4 Sosial Media Ganjar Pranowo

Sumber : Olahan penulis

Media sosial *Instagram* Ganjar yaitu dengan *username* @ganjar_pranowo dan juga media sosial *Twitter* Ganjar yaitu dengan *username* @ganjarpranowo. Keduanya merupakan akun pribadi Ganjar dan terkadang dikelola oleh tim media sosial Ganjar Pranowo. Selain itu Ganjar Pranowo memiliki jumlah *followers* yang banyak, tabel dibawah ini merupakan *followers* beberapa media sosial yang dimiliki oleh Ganjar Pranowo.

Tabel 1.2 *Followers* Media Sosial Ganjar Pranowo

Media Sosial	Jumlah <i>Followers</i>
	Ganjar Pranowo @Ganjarpranowo
<i>Twitter</i>	1.3 juta pengikut
<i>Instagram</i>	1,7 juta pengikut
<i>Facebook fanpage</i>	586ribu pengikut
<i>Youtube</i>	328 ribu pengikut

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa jumlah *followers* dari masing-masing media sosial Ganjar Pranowo, Media sosial *Twitter* Ganjar dengan *username* @ganjarpranowo memiliki *followers* 1,3 juta pengikut. Sedangkan youtube memiliki 328 ribu pengikut. Hal serupa juga terlihat dari *followers facebook fanpage* dan *Instagram* Ganjar memiliki 586 ribu pengikut pada *facebook fanpage* dan juga memiliki 1,7 juta *followers di Instagram*.

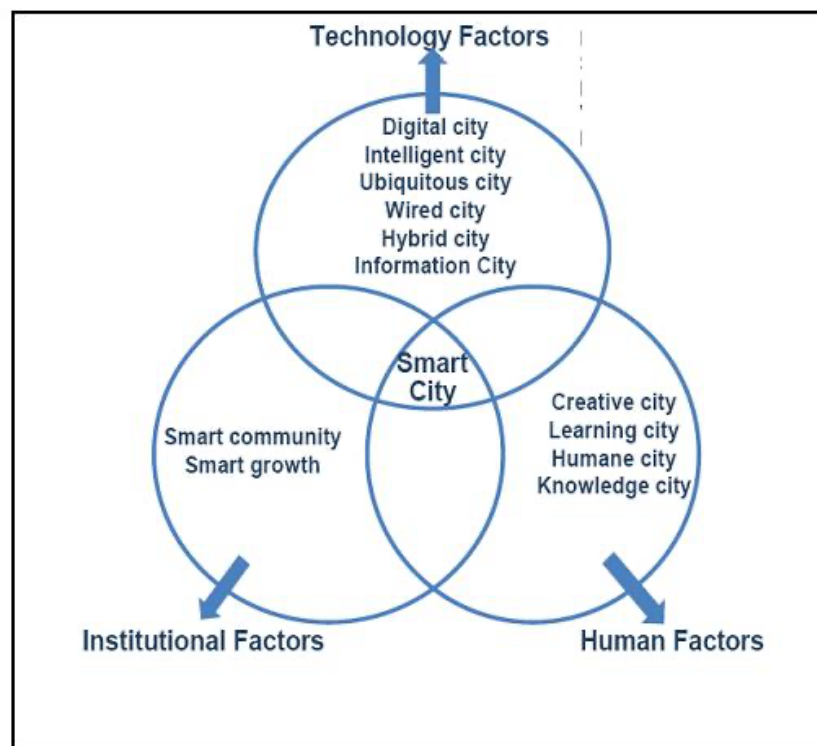
1.2 Latar Belakang Penelitian

Menurut Toynbee (2004) Teknologi merupakan karakteristik dari keberadaan kemuliaan manusia, yang mana hal ini membuktikan bahwa manusia tidak bisa hidup jika hanya untuk makan, karena membutuhkan lebih dari itu. Selain itu Toynbee juga mengatakan, bahwa teknologi bisa mengaktifkan konstituen non-materi dari kehidupan manusia, perasaan, gagsan, ide-ide, pikiran, intuisi, dan juga ideal.

Pendapat lainnya mengenai pengertian teknologi diungkapkan oleh Miarso (2007) yang mengungkapkan bahwa teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada. Lebih lanjut disebutkan pula bahwa teknologi merupakan suatu bagian dari sebuah integral yang terdapat di dalam suatu sistem tertentu. Manuel Castells (2004) Teknologi merupakan kumpulan alat, aturan dan prosedur yakni ialah

penerapan pengetahuan ilmiah untuk pekerjaan tertentu dalam kondisi yang dapat bisa memungkinkan pengulangan.

Perkembangan teknologi tidak dipungkiri merupakan salah satu determinan penting dalam perkembangan konsep *smart city*. Secara lebih komprehensif, Nam dan Pardo (2011) melihat bahwa teknologi bukan satu-satunya faktor dalam *smart city*, Masih ada 2 (dua) faktor lain yakni faktor institusional dan faktor manusia sebagai pendukung tumbuh dan berkembangnya konsep *smart city*. Tak pelak, pandangan Nam dan Pardo inilah yang banyak dipakai oleh pemerintah kota, manajer kota dan pihak-pihak yang terlibat dalam mengembangkan konsep *smart city* dan menerapkannya pada kota-kota di dunia.



Gambar 1.5 Faktor Berkembangnya *Smart City*

Sumber: Nam & Pardo, 2011:286

e-Government tidak dapat dipisahkan dari materi TIK. Perkembangan pesat di dunia teknologi informasi mesti dimanfaatkan secara baik dan benar dalam rangka memperbesar manfaat dari teknologi, termasuk pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang pemerintahan. Konsep dasar *e-Government* memerlukan pemanfaatan teknologi informasi dengan lembaga pemerintah untuk meningkatkan efisiensi

operasional dan efektivitas dalam memenuhi kebutuhan warga dan pelayanan (Chen et al., 2008).

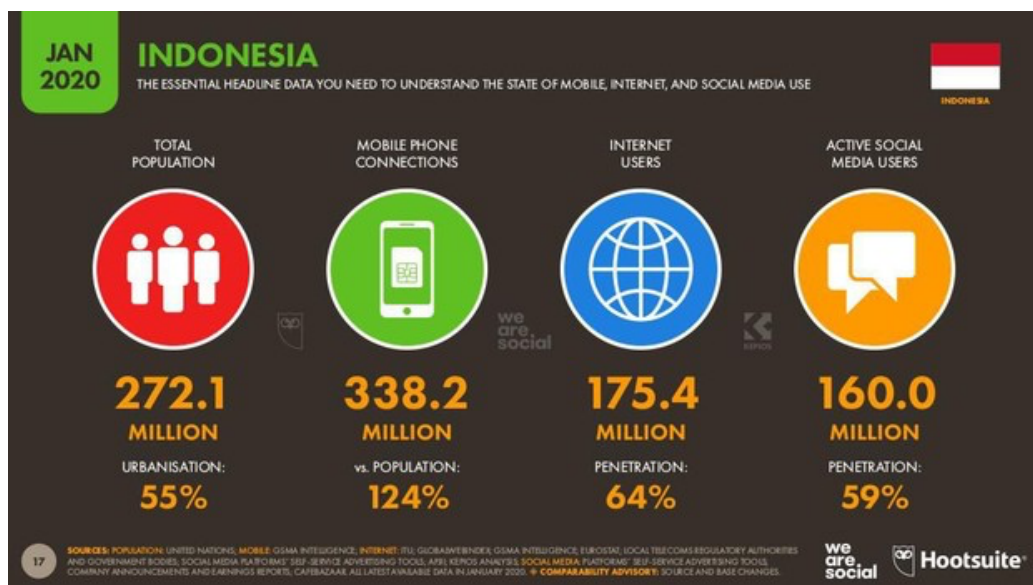
Pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang pemerintahan yang disebut dengan *e-Government* dalam pengembangannya dimaksudkan agar membawa manfaat positif terhadap pelaksanaan pemerintahan. Bahkan dalam beberapa kajian dan penelitian disebutkan bahwa *e-Government* telah dianggap sebagai suatu bentuk solusi yang tepat dalam bidang teknologi dalam mewujudkan pemerintahan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Hal ini terbukti dari beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan *e-Government* telah disajikan dan diterapkan di negara-negara seluruh dunia sebagai salah satu kemajuan yang paling menarik dalam bidang pemerintahan sejak pertengahan tahun 1990-an (OECD, 2003).

Untuk mendukung berbagai kegiatan pembangunan infrastruktur perkotaan dan pemberian pelayanan yang baik kepada masyarakat, maka Pemerintah Daerah membutuhkan teknologi yang memadai untuk bisa melakukan semua kegiatannya. Dalam menciptakan masyarakat global, berdaya saing, serta kota cerdas dan layak huni, maka masing-masing Pemerintah Daerah harus menetapkan kebijakan yang tepat dengan menyiapkan konsep pembangunan kota masa depan berkualitas, yang bernama *Smart City* atau Kota Cerdas. Konsep kota pintar diyakini bisa menjadi solusi atas persoalan Pembangunan kota di daerah. Kota Pintar di desain untuk mampu meningkatkan produktivitas manusia yang tinggal di dalamnya, sehingga akibat penataan dan pengelolaan kota yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan digital secara optimal di semua aspek. Mulai dari sistem pengelolaan gedung, pengelolaan kualitas lingkungan, serta pelayanan publik. Singkatnya, kota dikembangkan menjadi mesin ekonomi dan produktivitas yang pada akhirnya menjadikan masyarakatnya sehat, produktif dan sejahtera. Program-program pemerintah yang sukses memiliki berbagai macam strategi dan cara untuk mendapatkan pengakuan serta kepercayaan dari masyarakat bahwa Kota memang mempunyai keunggulan dari daerah-daerah yang ada. Untuk menciptakan Kota sebagai *Smart City* pemerintah terus berupaya merealisasikan infrastruktur yang dibutuhkan oleh masyarakat (Hasibua *et al.*, 2019)

Era globalisasi yang terjadi pada saat ini memengaruhi gaya hidup masyarakat sekarang, hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan internet yang digunakan sekarang. Pada tahun 1995 pengguna internet di seluruh dunia yaitu kurang dari 1%, pada tahun 2013 pengguna internet meningkat sebanyak 10 kali lipat. Penggunaanya

meningkat pesat dari tahun ke tahun dan pada saat ini sekitar 45% populasi di dunia sudah menggunakan koneksi *internet* (Emarsys, 2019). *Internet* memberikan banyak informasi yang dapat dijadikan sebagai sumber daya yang sangat penting dan dibutuhkan dalam segala aspek dan juga dapat membentuk persepsi, opini, wawasan dan pengetahuan bagi seseorang. Pada era globalisasi saat ini, Informasi semakin mudah didapatkan dengan adanya jaringan internet ditambah *platform* media sosial. Sosial media mengubah cara pandang masyarakat dunia dalam menjalani hidupnya, mulai dari bagaimana kita bereaksi ketika melihat berita, sampai dengan bagaimana kita berinteraksi dengan sesama (Mohsin, 2019).

Setiap harinya ada kurang lebih 3,5 miliar *user* yang aktif menggunakan sosial media, salah satu alasan tingginya penggunaan sosial media adalah karena mudahnya mengakses sosial media sampai bisa diakses melalui telepon genggam dimanapun kita berada. Sebagian besar jaringan media sosial juga sudah tersedia sebagai aplikasi seluler atau telah dioptimalkan untuk penelusuran *seluler*, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses situs favorit mereka saat dalam perjalanan.



Gambar 1.6 Data Pengguna Telefon, *Internet*, *Medsos* Indonesia menurut *Wearesocial* 2020

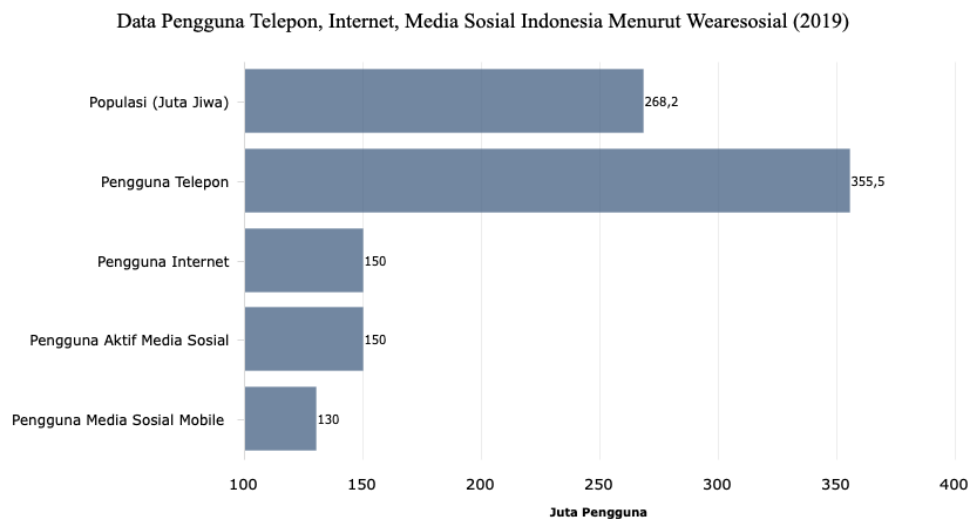
Sumber : Hootsuite (We are Social Indonesian Digital Report, 2020)

Berdasarkan laporan terbaru *we are social*, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna *internet* di negeri ini.

Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya.

Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat, di antaranya *mobile phone* (96%), *smart phone* (94%), *non-smart phone mobile phone* (21%), laptop atau komputer *desktop* (66%), *tablet* (23%), konsol *game* (16%), hingga *virtual reality device* (5,1%).

Gambar 1.7 Pengguna Media Sosial Di Indonesia



Sumber : Databoks (We are Social Indonesian Digital Report, 2019)

Berdasarkan hasil *riset Wearesosial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (*gadget*) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi.

Menurut Budiarti *et al.* (2016) media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial atau sebaliknya, media sosial memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Dengan adanya data pengguna media sosial yang didominasi oleh umur 18-34 tahun dan mempunyai pengaruh yang besar, maka kepemimpinan pemerintahan harus beradaptasi dengan fenomena yang baru ini. Mehra *et al.* (2006) mengatakan bahwa *platform* media sosial mempunyai peran penting dalam organisasi besar karena

memudahkan komunikasi dibandingkan dengan komunikasi tradisional yang lebih sulit digunakan untuk menyampaikan suatu informasi dari eksekutif ke tingkat yang lebih rendah.

Kemudian Green *et al.* (2012) berpendapat bahwa kepemimpinan lebih efektif ketika pemimpin tersebut memahami situasi dan keadaan dibandingkan dengan pemimpin yang karismatik dengan bagi kelompok besar pengikut yang berdedikasi. Menurut Green *et al.* (2012) Pemimpin yang efektif adalah yang dapat bertransformasi memahami keadaan para pengikutnya seperti lebih dapat mendengarkan para pengikutnya, menciptakan standar kerja yang lebih tinggi untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif juga memberi para pengikut lebih banyak rasa tanggung jawab atas kinerja pekerjaan mereka, berbagi visi dan tujuan strategis kepada pengikut bersamaan dengan memotivasi langsung untuk melampaui tujuan dan *goals* mereka, membuat para pengikut lebih bertanggung jawab dan juga mengajarkan agar mempercayai satu sama lain dan membangun jaringan informal di seluruh lingkungan kerja mereka.

Teknologi digital saat ini merupakan perubahan besar yang terjadi sekarang, pemimpin yang baik adalah pemimpin yang dapat mengerti kondisi dan memahami situasi termasuk bertransformasi ke ranah *digital* (Brett, 2019). Saat ini, pemimpin sudah lebih dekat dengan masyarakatnya karena pemimpin tersebut sudah mulai menggunakan sosial media, di era serba digital saat ini semua orang pasti sudah mengetahui sosial media khususnya seperti *Facebook, Instagram, Twitter*, ketiganya merupakan media sosial paling terkenal dan dipakai banyak orang terutama di Indonesia.

Dengan adanya media sosial secara langsung dapat mengubah cara orang menjalankan kehidupan sosialnya. Termasuk juga mengubah cara berinteraksi di kesehariannya. Media sosial juga dinilai menjadi sarana yang penting sebagai tempat untuk menyampaikan opini, berbagi cerita dan informasi sekaligus sebagai media untuk melakukan promosi.

Perkembangan lebih lanjut tentang pemanfaatan teknologi adalah apa yang disebut dengan *Smart City*. *Smart City* merupakan sebuah konsep kota cerdas yang dapat membantu masyarakat mengelola sumber daya yang ada dengan efisien dan memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat atau lembaga dalam melakukan kegiatan ataupun mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya.

Smart City merupakan sebuah impian dari hampir semua negara di dunia. Melalui *Smart City*, berbagai macam data dan informasi yang berada di setiap sudut kota dapat dikumpulkan melalui *sensor* yang terpasang di setiap sudut kota tersebut, dianalisis dengan aplikasi cerdas, selanjutnya disajikan sesuai dengan kebutuhan pengguna melalui aplikasi yang dapat diakses oleh berbagai jenis gadget. Melalui *gadget*-nya, secara interaktif pengguna juga dapat menjadi sumber data, mereka mengirim informasi ke pusat data untuk dikonsumsi oleh pengguna yang lain. Sebuah kota mengontrol dan mengintegrasikan semua infrastruktur seperti jalan, jembatan, terowongan, rel, kereta bawah tanah, bandara, pelabuhan, komunikasi, air, listrik, pengelolaan gedung, dan lain-lain (Hasibua *et al.*, 2019).

Berikut ini 5 Kota yang menjadi percontohan bagi penerapan *Smart City* di dunia (Hanifah, 2017) :

Tabel 1.3 Kota yang menjadi percontohan bagi penerapan *Smart City* di dunia

No	Negara	Kota	Program <i>Smart City</i>
1.	Jepang	Tokyo dan Yokohama	<i>Subway Smart City</i> (penerapan smart city pada akses transportasi yang menjadikan arus lalu lintas lebih teratur dan tertib) dan <i>renewable energies Smart City</i> kota ini membangun infrastruktur yang dapat mentransformasi kotanya menjadi kota yang rendah karbon.
2.	Inggris	London	Teknologi informasi, transportasi, dan lingkungan menjadi focus kota London dalam membangun <i>Smart City</i> . sistem <i>Urban Light Transit Smart City</i> alat canggih dengan desain <i>futuristik</i> yang bisa mengantarkan penumpang dari bandara ke beberapa pos penerbangan. Penguatan terhadap jaringan <i>wifi (internet)</i> yang kuat dan menyeluruh dan tersebar di seluruh kota. Dan yang ketiga pemenuhan

			kebutuhan-kebutuhan dalam pelayanan transportasi, bisnis, akademik, maupun data konsumen.
3.	Amerika Serikat	New York	Amerika membangun pusat analisis yang bekerja sama dengan IBM. Sehingga, masyarakat dapat dengan bebas mengambil langkah-langkah strategis dalam urusan bisnis. Masyarakat juga sangat mendukung infrastruktur penunjang komunikasi dan transportasi.
4.	Korea Selatan	Seoul	Dibidang transportasi yang diunggulkan oleh Seoul adalah Digital View dipasang di setiap <i>subway</i> . Ini dapat memberikan kebebasan pengguna dalam melakukan panggilan domestik dengan gratis. Dibidang teknologi seoul menunjang akses internet tercepat dan termurah di dunia yang menjadikan seoul sebagai negara dengan akses <i>internet</i> terbesar di dunia dengan pemanfaatan kabel <i>optic</i> terpanjang.
5.	Denmark	Copenhagen	<i>Green Technology, Intelligence Street Lighting</i> , dan pemanfaatan solar panel untuk energi publik merupakan dukungan untuk menjadikan Copenhagen kota hijau dan berkomitmen dalam penralan emisi karbon dengan penggunaan sepeda oleh penduduk kota dalam beraktifitas keluar rumah termasuk ke tempat kerja, menuju <i>university</i> , bahkan

			hanya sekedar jalan-jalan santai.
--	--	--	-----------------------------------

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Smart City adalah salah satu penerapan tren teknologi *Internet of Things* (IoT) yang akan mendominasi di beberapa tahun kedepan. Di Indonesia sendiri konsep *smart city* sudah cukup dikenal. Beberapa Kota besar di Indonesia seperti Bandung, Surabaya, bahkan Ibu Kota Indonesia yaitu Jakarta juga terus mengembangkan kotanya untuk menjadi kota pintar.

Di Indonesia, beberapa kota sudah menerapkan konsep *Smart City* diantaranya: DKI Jakarta, Pemko. Tangerang, Pemko. Bandung, Pemko. Balikpapan, Pemko. Makassar, Pemko. Batu, Pemko. Surabaya, Pemprov Jawa Tengah dan Pemerintahan Provinsi/Kab./Kota lainnya. Provinsi Jawa Tengah menjadi contoh penerapan *smart province* pertama di Indonesia. Sebanyak 13 kabupaten/kota di Jawa Tengah terpilih sebagai percontohan *smart city*. Ke-13 daerah kabupaten/kota terpilih tersebut adalah Kota Surakarta, Kabupaten Banyumas, Batang, Blora, Grobogan, Pati, Sukoharjo, Pemasang, Boyolali, Kudus, Jepara, Kendal, dan Magelang. Melakukan kolaborasi dan koordinasi antar kabupaten/kota yang telah terpilih menjadi *raw model* pada Gerakan Menuju 100 *Smart City* sangat diperlukan. dibutuhkan komitmen dari seluruh kepala daerah, dan gubernur untuk menigatkan dan memberi penyuluhan maupun kampanye dalam melaksanakan gerakan *smart city* kepada masyarakat agar gerakan *smart city* berjalan dengan baik dan dilaksanakan oleh seluruh pemerintah provinsi jawa tengah dan masyarakat jawa tengah.

“Kota Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah merupakan salah satu kota percontohan dalam implementasi konsep *smart city*. Tujuannya untuk meningkatkan pelayanan bagi masyarakat di ajang Gerakan Menuju *Smart City* Summit 2017,” kata Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Ahmad M Ramli, pada diskusi bertema *Peningkatan infrastruktur digital* di Semarang, Jawa Tengah. Menurutnya, konsep *smart city* yang diterapkan Kota Semarang diaplikasikan dalam berbagai sistem pelayanan *online*. Konsep ini juga menjadi contoh untuk penerapan dan diaplikasikan serta dimanfaatkan kota/kabupaten lainnya di Jawa Tengah (<https://mediaindonesia.com/read/detail/140225-semarang-jadi-contoh-smart-city>).

Kominfo membimbing 100 Kota/Kabupaten terpilih untuk merencanakan pengembangan *Smart City* di daerah masing-masing dengan memperhitungkan tantangan maupun potendi daerah. Penyusunan *masterplan* dan *quickwin* kota pintar untuk 100 kabupaten/kota ini sendiri dilaksanakan dalam rentang waktu tiga

tahun dari tahun 2017-2019. Pemilihan 100 kabupaten/kota tersebut diharapkan menjadi *role model* pelaksanaan kota pintar bagi daerah-daerah lain.

Peserta dipilih dengan melalui tahap seleksi dengan melibatkan tim penilai dari berbagai kalangan, baik pemerintah, perguruan tinggi, maupun praktisi. Para peserta kemudian menjalani serangkaian proses bimbingan dan pendampingan untuk memperkuat aspek fundamental menuju kota/kabupaten yang *smart* sesuai dengan keunggulan, potensi, dan tantangan khas daerahnya masing-masing. Dalam membangun kota pintar ada enam pilar, yaitu *smart governance*, *smart society*, *smart living*, *smart economy*, *smart environment*, dan *smart branding* (Rizkinaswara, 2020).



Gambar 1.8 Aplikasi *Smart City* Kota Semarang

Sumber : Semarangkota.go.id (Smart City, 2019)

Program *smart city* di kota Semarang menjadi contoh untuk penerapan *smart city* lainnya di kota Jawa Tengah. Penerapan program *smart city* yang berada di kota Semarang yaitu: Pemerintah Cerdas (*Smart Governance*), Branding Cerdas (*Smart Branding*), Ekonomi Cerdas (*Smart Economy*), Kehidupan Cerdas (*Smart Living*),

Masyarakat Cerdas (*Smart Society*), Lingkungan Cerdas (*Smart Environment*). 6 pilar yang di usung oleh semarang di adopsi dari penerapan 6 pilar yang telah dipaparkan oleh Kominfo.

Kabupaten dan desa memegang peranan penting dalam pembangunan nasional. Bukan hanya dikarenakan sebagian besar rakyat Indonesia bertempat tinggal di desa, tetapi desa memberikan sumbangan besar dalam menciptakan stabilitas nasional. Pembangunan desa adalah merupakan bagian dari rangkaian pembangunan nasional. Berbagai bentuk dan program untuk mendorong percepatan pembangunan kawasan perdesaan telah dilakukan oleh pemerintah, namun hasilnya masih belum signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), mayoritas penduduk miskin di Indonesia mendiami kawasan perdesaan. Rendahnya kesejahteraan masyarakat di kawasan perdesaan disebabkan antara lain oleh penyebaran sumber daya ekonomi yang tidak merata antara desa dan kota.

Desa-desanya di Indonesia memiliki ciri khas unik tersendiri serta permasalahan yang berbeda. Persoalan ekonomi masih menjadi kendala bagi tercapainya *Smart Village*. Menurut Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (2015), meskipun pembangunan ekonomi khususnya sektor produksi telah diintervensi melalui pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, namun secara kelembagaan, reformasi perdesaan masih mengalami kendala di kelompok tani seperti Koperasi Unit Desa (KUD) atau Badan Usaha Unit Desa (BUUD).

Untuk mengatasi permasalahan ini, pembangunan desa harus dilakukan dengan cerdas (*smart*), yaitu agar penyelesaian masalah dapat dilakukan lebih cepat dibandingkan pertumbuhan masalah itu sendiri. Solusi cerdas yang dimaksud adalah dengan menerapkan desa cerdas (*smart village*), yaitu sebuah ekosistem yang memungkinkan pemerintah, industri, akademisi maupun elemen masyarakat terlibat untuk menjadikan desa menjadi lebih baik. Dalam konsep desa cerdas, konsep menjadi lebih baik diukur dengan melihat kinerja pengelolaan sumber daya sehingga menjadi lebih efisien, berkelanjutan dan melibatkan beragam elemen masyarakat. Konsep *Smart Village* dibutuhkan agar desa-desanya tersebut mampu mengetahui permasalahan yang ada di dalamnya (*sensing*), memahami kondisi permasalahan tersebut (*understanding*), dan dapat mengatur (*controlling*) berbagai sumber daya.

Dengan perkembangan media sosial yang sangat pesat di Indonesia, maka dibutuhkan sosok pemimpin yang peka dalam penggunaan mediasosial. Pemimpin

yang peka media sosial ini maksudnya adalah seorang pemimpin harus tahu dan mengerti bagaimana cara berkomunikasi aktif dengan baik di media sosial. Selain itu, pemimpin juga harus mampu mengatur arus informasi dan komunikasi dari perusahaan atau organisasi yang dipimpinnya di media sosial (Lailatussyafaah, 2018). Di Indonesia, beberapa pemimpin sudah menggunakan sosial media sebagai sarana komunikasi kepada masyarakatnya, berikut adalah tabel pemimpin di Indonesia yang sudah menggunakan media sosial.

Nama Gubernur	Wilayah (Provinsi)	Nama Sosial Media
Anies Baswedan	DKI Jakarta	@aniesbaswedan
Ridwan Kamil	Jawa Barat	@ridwankamil
Ganjar Pranowo	Jawa Tengah	@ganjar_pranowo
Khofifah Indra Parawansa	Jawa Timur	@khofifah.ip

Tabel 1.4 Beberapa Pemimpin (Gubernur) yang menggunakan media sosial *instagram*

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Gubernur yang dililai aktif dalam mengkomunikasikan program pemerintah melalui media sosial *Instagram* dan terkenal di Indonesia rata-rata berada di ibu kota dan pulau jawa. Menariknya gubernur Ganjar Pranowo sering membalas komentar pengguna media sosial sendiri tanpa bantuan staf admin khusus. Untuk mengetahui apakah Gubernur ganjar sudah mengkomunikasikan program *smart city* dengan baik kepada masyarakat melalui media sosial atau belum. Maka kita perlu menganalisis konten yang di *post* oleh Ganjar Pranowo yang kita fokuskan pada *Instagram*.

Masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan media sosial yaitu *Instagram* termasuk Provinsi Jawa Tengah. Penggunaan *Instagram* oleh masyarakat diharap sudah di gunakan dengan maksimal dalam mendapat informasi mengenai *smart city*. Masyarakat yang pada umumnya menyukai cepat, mudah, dan murah diharap dapat berkontribusi baik dalam pengembangan *smart city*. Pengkomunikasian *smart city* oleh gubernur ganjar apakah memiliki *feedback* positif, netral atau negatif oleh masyarakat khususnya pengguna *Instagram* maka dari itu penulis ingin menganalisis konten ganjar yang mengandung konten mengenai *smart city* dengan pendekatan sentiment analisis untuk mengetahui *respon* masyarakat tentang program

smart city apakah sudah berjalan dengan baik atau belum, Mudah diakses oleh masyarakat atau menyulitkan sebagian masyarakat yang *gaptek* (gagap teknologi).

Analisis sentimen atau *opinion mining* adalah deteksi sikap-sikap terhadap objek atau orang (Beineke et al. 2014). Analisis sentimen dapat digunakan untuk mendapatkan *persentase* sentimen positif dan sentimen negatif terhadap seseorang, perusahaan, institusi, produk atau pada sebuah kondisi tertentu. Nilai dari analisis sentimen bisa dipecah menjadi 3 yakni, sentimen positif, sentimen negatif dan sentimen netral atau diperdalam lagi sehingga dapat menemukan siapa atau kelompok yang menjadi sumber sentimen positif, sentimen netral atau sentimen negatif.

Analisis sentimen bertujuan untuk melakukan penilaian terhadap emosi, sikap, pendapat, evaluasi yang disampaikan oleh masyarakat dari informasi yang disampaikan oleh Gubernur Ganjar Pranowo terhadap sebuah program pemerintah mengenai *Smart City*. Alasan tersebut menjadi penelitian pada program *smart city* didahului dengan menentukan elemen dari sebuah program *smart city* yang sedang dibicarakan sebelum memulai proses *opinion mining* yang kemudian membentuk nilai dari sentimen analisis yang dapat dibagi menjadi 3 *respon* yaitu positif, netral, dan negatif. Yang dapat menghasilkan dan mendeteksi *respon* masyarakat terhadap orientasi *smart city* yang disampaikan oleh Ganjar Pranowo melalui *Instagram*, untuk mengetahui hasil dari pemetaan *respon* yang disampaikan oleh masyarakat apakah menghasilkan pemetaan *respon* positif, netral atau negatif.

1.3 Perumusan Masalah

Jawa Tengah adalah salah satu Provinsi yang luas dengan jumlah populasi manusia yang banyak yakni 35.712.824 jiwa, dengan jumlah kota/kabupaten sebanyak 35, 6 kota madya, 537 kecamatan, 750 kelurahan, dan 7.809 desa. Jika Jawa Tengah menggabungkan atau mengesinambungkan antara *smart village* dan *smart city* maka tujuan untuk dapat menuju Gerakan 100 *Smart City* dan menuju *Smart Province* dapat digalakan dengan optimal sehingga *Smart Province* semakin cepat terwujud.

Kepemimpinan pemerintah baik provinsi maupun kota merupakan faktor penting keberhasilan penerapan *Smart City*. Tak hanya kepemimpinan yang baik saja namun *respon* dan tanggapan masyarakat terhadap pengkomunikasian program *smart city* oleh pemimpin terhadap masyarakat sudah diterima dengan baik atau belum. Masyarakat juga harus turut aktif dalam pengkomunikasian tentang program *smart city* agar *smart city* berjalan dan berkembang dengan baik pemerintah membutuhkan

antusias masyarakat dalam penggunaan program *smart city*. Maka dari itu kepemimpinan Ganjar Pranowo sangat mempengaruhi keberhasilan Provinsi Jawa Tengah dalam menerapkan *Smart City*. Ganjar menggunakan media sosial sebagai salah satu alat komunikasi dengan masyarakat. Dari semua media sosial yang Ganjar miliki, *Instagram* ialah media sosial yang memiliki paling banyak *followers* dibandingkan mediasosial yang lain dan juga masyarakat lebih banyak yang berkomentar mengenai program program Ganjar Pranowo dan menyuarakan aspirasinya melalui komentar di *instagram*. Melalui penggunaan *Instagram* oleh Ganjar Pranowo dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan program Provinsi Jawa Tengah *Smart City* ingin diketahui gambaran sentiment analisis *respon* dan tanggapan masyarakat tentang program *smart city* yang di sosialisasikan terhadap masyarakat berdampak negatif, positif, atau netral dalam penggunaan media sosial *Instagram* Ganjar Pranowo dalam mewujudkan program-program *smart city* di Provinsi Jawa Tengah.

Permasalahan dari penelitian ini ialah dengan berkembangnya era digitalisasi, semakin banyak pemimpin yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan banyak masyarakat yang berani mengaspirasikan pendapatnya melalui komentar di *instagram*. Dengan terus bertambahnya jumlah populasi di suatu wilayah yaitu kota maupun provinsi, penggunaan *Instagram* oleh pemimpin dapat dipertimbangkan sebagai langkah yang efektif untuk mengkomunikasikan program-program kerjanya dan mengetahui tanggapan masyarakat secara langsung dan cepat dengan mengetahui *respon* masyarakat dengan cepat, tepat dan mudah penelitian diharap dapat menjadi gambaran *respon* masyarakat terkait penyampaian program *smart city* dan pemerintah diharap tanggap dan cepat dalam me-*respon* masyarakat yang memberi solusi terhadap kendala mengenai program *smart city* yang disosialisasikan oleh pemerintah melalui akun *Instagram* Ganjar Parnowo.

Penelitian ini ingin melihat padaketerkaitan sosialisai program *Smart City* dengan penggunaan *Instagram* pada masyarakat Provinsi Jawa Tengah dan *respon* masyarakat terhadap pengkomunikasian program *smart city* tersebut. Banyak media sosial yang digunakan oleh masyarakat Provinsi Jawa Tengah seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* ataupun media sosial yang lainnya. Namun pada penelitian ini *Instagram* dipilih karena media sosial ini memiliki karakteristik yang memudahkan orang untuk menulis *caption* dan bebas memasukkan foto maupun video dan media

sosial *Instagram* bapak Ganjar Pranowo memiliki pengikut lebih banyak di bandingkan media sosial beliau lainnya. Analisis ini menggunakan teknik *sentiment analysis* maka data *Instagram* diambil lalu dianalisis sehingga harapannya akan muncul hasil pengaruh positif, netral, ataupun negatif dari opini masyarakat di media sosial terkait program *Smart City*. Pendekatan sentimen analisis ini digunakan untuk memetakan *respon* masyarakat dalam program yang di sampaikan oleh Ganjar Pranowo melalui media sosial *Instagram*. Sehingga manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah membantu pihak-pihak seperti Pemerintah dalam melihat tanggapan publik. Penelitian ini akan mengambil beberapa sampel data (*caption*) beserta komentar yang berada pada data (*caption*) dari Gubernur di Jawa Tengah yaitu Ganjar Pranowo.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Kepemimpinan merupakan salah satu faktor keberhasilan *Smart City*. Ganjar Pranowo merupakan sosok Gubernur yang terbuka dalam berinteraksi menggunakan media sosial kepada masyarakat Provinsi Jawa Tengah. khususnya melalui *Instagram* pribadi beliau. Dengan demikian, maka pertanyaan penelitian adalah:

1. Bagaimana gambaran *caption* pada foto atau video yang diunggah oleh Ganjar Pranowo dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan program *Smart City* terhadap masyarakat Provinsi Jawa Tengah?
2. Bagaimana orientasi program *Smart City* Gubernur Provinsi Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam penerapan *Smart City* berdasarkan komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan di *Instagram*?
3. Bagaimana *respon* masyarakat terhadap unggahan program *Smart City* yang paling banyak di komunikasikan oleh akun *Instagram* Ganjar Pranowo dengan Pendekatan Sentimen Analisis?

1.5 Tujuan Penelitian

Kepemimpinan merupakan salah satu faktor keberhasilan *Smart City*. Ganjar Pranowo merupakan sosok wali kota yang terbuka dalam berinteraksi menggunakan media sosial kepada masyarakat Provinsi Jawa Tengah di seluruh koota yang berada di Provinsi Jawa Tengah melalui *Instagram* pribadi beliau. Dengan demikian, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran *caption* pada foto atau video yang diunggah oleh Ganjar Pranowo dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan program *Smart City* terhadap masyarakat Provinsi Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui orientasi program *Smart City* Gubernur Provinsi Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam penerapan *Smart City* berdasarkan komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan di *Instagram*.
3. Untuk mengetahui *respon* masyarakat terhadap unggahan program *Smart City* yang paling banyak di komunikasikan oleh akun *Instagram* Ganjar Pranowo dengan Pendekatan Sentimen Analisis.

1.6 Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan peneliti tentang Provinsi Jawa Tengah dan pengomunikasian *smart city* dan komentar masyarakat terhadap pengkomunikasian tersebut pada media sosial Gubernur Provinsi Jawa Tengah yaitu ganjar Pranowo dalam membangun Provinsi yaitu Provinsi Jawa Tengah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refleksi kepada Ganjar Pranowo dan pemerintah provinsi Jawa Tengah tentang bagaimana selama ini pengkomunikasian program pemerintah *smart city* dan komentar masarakat dalam menanggapi pengkomunikasian program *smart city* pemerintah Jawa Tengah khususnya gubernur di Provinsi Jawa Tengah yaitu Ganjar Pranowo dilihat dari komunikasi dan sosialisasi yang terjadi dalam mendukung program Provinsi Cerdas. Sehingga perbaikan dalam hal program-program Pemerintah Provinsi Jawa Tengah khususnya pada penerapan *smart city* di Provinsi Jawa Tengah agar dapat dikomunikasikan dan diterapkan lebih baik kedepannyadan lebih tanggap dan sigap dalam menanggapi keluhan maupun kendala masyarakat mengenai program yang disosialisasikan oleh gubernur provinsi Jawa Tengah Ganjar Pranowo.

1.6.1 Aspek Teoritis

Kegunaan penelitian ini dari aspek teoritis ialah:

- a. Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu tentang analisis sentimen *respon* masyarakat terhadap program *smart city* yang disampaikan oleh gubernur Jawa Tengah (Ganjar Pranowo) dengan pendekatan sentiment analisis.

- b. Sebagai acuan dan referensi bagi penelitian lain.

1.6.1 Aspek Praktis

Kegunaan penelitian ini dari aspek praktis ialah untuk mengetahui respon masyarakat terhadap *caption* yang di unggah oleh Ganjar Pranowo pada penggunaan *Instagram* Gubernur Provinsi Jawa Tengah mengkomunikasikan program *Smart City* berdasarkan hasil sentiment analisis *Instagram* milik Ganjar Pranowo.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah:

1. Data *caption* pada gambar yang digunakan berasal dari akun Ganjar Pranowo yaitu @ganjar_pranowo selama periode 20 Januari 2019 hingga 20 Februari 2020.
2. Data teks yang digunakan adalah *caption* pada gambar atau video beserta komentar atau *respon* masyarakat yang diunggah dari akun *Instagram* @ganjar_pranowo mengenai program *Smart City* yang sering dikomunikasikan oleh Ganjar Pranowo.
3. Data teks dan teks komenar kemudian dianalisis menggunakan metode sentiment analisis kualitatif berdasarkan kode sebagai kata kunci yang berasal dari observasi data *caption* @ganjar_pranowo periode 20 Januari 2019 hingga 20 Februari 2020. Sehingga akan diperoleh teks yang *relevan* dengan program-program *smart city* yang sering di komunikasikan oleh Ganjar Pranowo di Provinsi Jawa Tengah dan mendapat hasil berupa *respon* masyarakat terhadap teks yang diunggah oleh akun *Instagram* Ganjar Pranowo.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami materi, maka penulisan usulan penelitian disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas secara singkat tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi uraian umum tentang teori-teori yang digunakan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, objek penelitian, pengumpulan data dan sumber data, uji *Validasi*, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga gambaran permasalahan yang terjadi akan terlihat jelas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini meliputi keseluruhan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan dan memberikan saran kepada organisasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan hasil penelitian.

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan