

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Bandung (DISKOMINFO) merupakan suatu lembaga teknis daerah yang bertanggung jawab dalam mengatasi permasalahan kemasyarakatan di bidang komunikasi, informatika, dan hubungan masyarakat di Kota Bandung. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, Diskominfo berusaha untuk memperbaiki pelayanan publik dan memperkenalkan Kota Bandung kepada masyarakat luas melalui media sosial. Namun, masih terdapat kendala dalam penyebaran informasi secara efektif dan efisien kepada seluruh masyarakat.

Saat ini, sistem informasi Kota Bandung berbasis *website* Bandung Smart City telah tersedia untuk masyarakat. Namun, terdapat keterbatasan dalam informasi yang disampaikan dan kurangnya interaksi dengan pihak-pihak terkait untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Selain itu, masih banyak masyarakat yang tidak memanfaatkan sistem informasi Kota Bandung karena sulit untuk diakses dan kurang ketertarikan untuk mencari tau Bandung Smart City.

Untuk mengatasi masalah ini, rencana yang akan dilakukan adalah mengembangkan konten menarik dan informatif melalui website Bandung Smart City dan platform media sosial Instagram. Diharapkan dengan desain menarik dan informatif, masyarakat dapat lebih memahami visi dan misi Diskominfo dan dapat lebih mengenal Kota Bandung dan Bandung Smart City. Dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kota, pengembangan media sosial yang efektif dan efisien perlu dilakukan. Oleh karena itu, proyek akhir ini akan membahas tentang perencanaan dan pengembangan konten media sosial *Bandung Smart City* Diskominfo Kota Bandung, khususnya di *website* Bandung Smart City dan platform media sosial *Instagram* dan *Youtube*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan aksesibilitas informasi terkait kebijakan dan berita seputar Kota Bandung yang disampaikan oleh Diskominfo kepada masyarakat?
2. Bagaimana cara meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam mengakses informasi terkait Kota Bandung yang disampaikan oleh Diskominfo melalui media sosial?
3. Bagaimana memanfaatkan teknologi informasi secara optimal dalam memperkenalkan Kota Bandung kepada masyarakat luas?

4. Bagaimana meningkatkan minat masyarakat untuk mengakses informasi terkait Kota Bandung yang disampaikan oleh Diskominfo melalui *website* Bandung Smart City dan media sosial?

1.3 Tujuan

Proyek Akhir ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam mengakses informasi terkait Bandung Smart City, kebijakan dan berita seputar Kota Bandung yang disampaikan oleh Diskominfo. Selain itu, Proyek Akhir ini juga bertujuan untuk menyediakan sumber informasi yang mudah diakses, cepat, dan lengkap tentang berbagai program dan kegiatan yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung. Dengan memperkenalkan Kota Bandung kepada masyarakat luas melalui platform media sosial *dan website* Bandung Smart City, diharapkan masyarakat dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang Kota Bandung dan memperbaiki kualitas layanan publik di Kota Bandung.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan tujuan yang telah diutarakan sebelumnya maka batasan masalah dalam pengerjaan proyek akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Proyek ini difokuskan pada pengembangan konten Bandung Smart City di *website* Bandung Smart City dan platform media sosial seperti *Instagram* Bandung Smart City.
2. Proyek berisi tentang konten Poster dan Video yang berkaitan tentang Bandung Smart City.

1.5 Definisi Operasional

1. Konten *Smart City*

Definisi operasional: Konten *Smart City* dalam konteks proyek ini merujuk pada materi yang dikembangkan oleh Diskominfo Kota Bandung untuk media sosial dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam inisiatif *Smart City*. Konten tersebut dapat berupa teks, gambar, video, infografis, atau posting media sosial yang menginformasikan, mengedukasi, atau mempromosikan program-program Bandung Smart City .

2. Media sosial Diskominfo Kota Bandung

Definisi operasional: Media sosial Diskominfo Kota Bandung merujuk pada platform-platform online yang digunakan oleh Diskominfo Kota Bandung, seperti Instagram dan Website Bandung Smart City untuk berkomunikasi dengan masyarakat Bandung. Melalui platform ini, Diskominfo Kota Bandung menyebarkan informasi terkait program-program *Smart City*, menerima masukan dari masyarakat, dan mempromosikan kegiatan-kegiatan Bandung Smart City.

3. Perencanaan dan pengembangan konten

Definisi operasional: Perencanaan dan pengembangan konten merujuk pada proses merencanakan, menyusun, dan mengembangkan materi konten yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan target audiens. Ini melibatkan identifikasi topik, pemilihan format, penulisan atau pembuatan konten, serta jadwal publikasi yang teratur dan konsisten.

1.6 Jadwal Pengerjaan

Berikut ini adalah tabel jadwal kegiatan pelaksanaan proyek akhir yang didasarkan pada hal-hal yang dilakukan selama melakukan kegiatan magang Diskominfo Kota Bandung.

Tabel 1. 1 Jadwal Pengerjaan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan															
		Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan kebutuhan pengguna	■	■														
2	Analisis kebutuhan pengguna			■	■	■	■										
3	Perancangan solusi					■	■	■									
4	Implementasi									■	■	■					
5	Pengujian										■	■	■				
6	Perbaikan tahap 1 dan pengujian											■	■	■	■	■	
7	Pembuatan Dokumen PA											■	■	■	■	■	■