

Strategi Komunikasi Digital Jabar Digital Service Dalam Upaya Transformasi Layanan Publik Digital

Muhamad Reza Pahlevi¹, Martha Tri Lestari²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, rezaphlv@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, marthadjamil@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The transformation of digital public services is one of the government's strategic initiatives to improve efficiency, transparency, and accessibility of services to the public. The study aims to explore and analyze the digital communication strategies implemented by Jabar Digital Service (JDS) through the Jabarprov.go.id portal website. Using a qualitative approach, the study collects data through in-depth interviews and observations of user interactions with the portal. The main focus of this research is to identify the steps taken by JDS in providing information and education to the public about the various public services available. The results of the research show that JDS has undertaken a number of significant efforts in digital transformation, including the development of informative and user-friendly content. However, the study also found that there were still some barriers in the implementation of communication strategies, such as a lack of effective socialization and challenges in reaching certain segments of society. This affects the effectiveness of the delivery of information and public acceptance of the digital public services provided. Therefore, the study recommends the development of a more integrated and responsive communication strategy to society's needs, as well as the importance of involving society in the process of transforming digital public services. Thus, it is expected that these efforts can increase public participation and strengthen relations between governments and citizens in the digital age.

Keywords-public services transformation, digital communications, digital services, communication strategies, public participation.

Abstrak

Transformasi layanan publik digital merupakan salah satu inisiatif strategis pemerintah untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas layanan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Jabar Digital Service (JDS) melalui website Portal Jabarprov.go.id. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap interaksi pengguna dengan portal tersebut. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang diambil oleh JDS dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai berbagai layanan publik yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa JDS telah melakukan berbagai upaya signifikan dalam transformasi digital, termasuk pengembangan konten yang informatif dan user-friendly. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa masih terdapat beberapa kendala dalam penerapan strategi komunikasi, seperti kurangnya sosialisasi yang efektif dan tantangan dalam menjangkau segmen masyarakat tertentu. Hal ini berdampak pada efektivitas penyampaian informasi dan penerimaan masyarakat terhadap layanan publik digital yang disediakan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pengembangan strategi komunikasi yang lebih terintegrasi dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat, serta pentingnya melibatkan masyarakat dalam proses transformasi layanan publik digital. Dengan demikian, diharapkan bahwa upaya ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat hubungan antara pemerintah dan warga dalam era digital.

Kata Kunci-transformasi layanan publik, komunikasi digital, Jabar Digital Service, strategi komunikasi, partisipasi masyarakat.

I. PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam layanan publik kini menjadi sangat penting. Organisasi sektor publik perlu mengadopsi strategi berbasis teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan tata kelola layanan publik (OECD Publishing, 2020) Dengan sistem digital, pemerintah dapat memperbaiki kebijakan dan reformasi regulasi, serta meningkatkan tata kelola layanan publik (Nielsen & Ali, 2021; Ubiparipović et al., 2020) Namun, tanpa strategi yang efektif, upaya ini dapat terhambat (Arfeen & Saranti, 2021). Masalah yang sering muncul dalam penerapan teknologi digital oleh pemerintah termasuk lambatnya penyesuaian kebijakan, kurangnya integrasi data, dan keterampilan teknologi yang rendah di kalangan aparatur (Iqbal et al., 2023) Jabar Digital Service (JDS), yang dibentuk oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat, bertujuan untuk mengatasi masalah ini dengan meningkatkan kebijakan berbasis data dan teknologi serta mengurangi kesenjangan *digital* (Adams & Paul, 2023; Salgues, 2018).

Portal Jabar (jabarprov.go.id) adalah alat utama dalam strategi komunikasi digital JDS. Portal ini berfungsi sebagai pusat informasi, platform interaktif, dan sumber daya pendidikan untuk masyarakat Jawa Barat. Portal ini memenuhi kriteria strategi komunikasi yang efektif, seperti pesan yang jelas, konten menarik, dan pembaruan tepat waktu. Namun, JDS menghadapi beberapa kendala, termasuk kurangnya kesadaran masyarakat tentang layanan digital, kekhawatiran privasi, dan kesenjangan akses teknologi di daerah terpencil (Aptika Kominfo, 2020; Madhyastha, 2022) Selain itu, banyaknya aplikasi pemerintah yang terpisah menyulitkan integrasi layanan (kominfo.go.id, 2022) Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi strategi komunikasi digital JDS dan mengatasi tantangan dalam transformasi layanan publik digital di Jawa Barat.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Pengertian Komunikasi.

Komunikasi berasal dari kata Latin "communis" atau "communicatio," yang berarti memiliki arti yang sama atau hampir sama. Komunikasi terjadi ketika individu yang terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang pesan yang disampaikan. Proses komunikasi akan berlangsung dengan baik jika semua pihak memahami makna pesan yang disampaikan. Sebaliknya, komunikasi tidak akan efektif jika salah satu pihak tidak mengerti makna pesan tersebut.

Menurut (Effendy, 2019) komunikasi melibatkan kesamaan makna antara pelaku komunikasi, sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya berfokus pada cara penyampaian, tetapi juga pada kemampuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku lawan bicara (Samovar et al., n.d.) menambahkan bahwa komunikasi berfungsi sebagai penggerak sistem sosial, di mana komunikasi menjadi alat untuk menstabilkan, mengatur, dan mengubah kehidupan sosial.

B. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah suatu proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Effendy (2019), strategi komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk mengendalikan proses komunikasi agar lebih efektif dan efisien. Dalam konteks ini, strategi komunikasi membantu merencanakan dan mengelola komunikasi dengan cara yang sistematis, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens.

C. Tahapan Penetapan Strategi Komunikasi

(Cangara, 2014) menjelaskan bahwa tahapan dalam penerapan strategi komunikasi meliputi beberapa langkah penting, antara lain: (1) Penetapan Tujuan: Menentukan apa yang ingin dicapai melalui komunikasi. (2) Identifikasi Audiens: Memahami siapa yang menjadi target komunikasi, termasuk karakteristik dan kebutuhan mereka. (3) Pengembangan Pesan: Merancang pesan yang sesuai dengan tujuan dan audiens, serta memilih media yang tepat untuk menyampaikannya. (4) Pelaksanaan: Mengimplementasikan strategi komunikasi yang telah direncanakan. (5) Evaluasi: Mengukur keberhasilan komunikasi dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

D. Layanan Publik dan Kualitas Layanan

Pelayanan publik adalah suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan seluruh warga negara dan penduduk sesuai dengan peraturan perundang-undangan, berkenaan dengan barang, jasa, dan/atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (Heiskala et al., 2016). Menurut (Zeithaml, 1990) ada lima metode untuk mengukur kualitas layanan, yaitu: (1) Bukti fisik (tangibles): Bukti nyata dari layanan yang dapat dilihat dan dirasakan, termasuk fasilitas layanan dan kenyamanan penerima

layanan. (2) Keandalan (reliability): Kemampuan penyelenggara layanan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai harapan penerima. (3) Daya tanggap (responsiveness): Respons cepat dan tanggap dari penyelenggara layanan terhadap masalah atau kendala yang dihadapi penerima layanan. (4) Keyakinan (assurance): Kemampuan memberikan keyakinan dan rasa aman kepada penerima layanan. (5) Empati (empathy): Kemampuan dalam berkomunikasi dan memberikan pelayanan yang ramah, tidak diskriminatif, dan menghargai penerima layanan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian mencakup pandangan dan konsep yang digunakan peneliti dalam mengatasi suatu masalah dan mencari solusi. Berdasarkan Bogdan dan Biklen (1982) dalam (Uno, 2020) paradigma penelitian adalah seperangkat pendapat dan konsep yang mendasari pemikiran peneliti. Dalam perkembangan paradigma kualitatif, muncul paradigma konstruktivisme yang menurut (Iskandar, 2022) fokus pada interaksi antara peneliti dan objek penelitian, berbicara tentang keberadaan dan interpretasi berdasarkan hipotesis interaktif. Tujuan paradigma ini adalah untuk memahami pandangan peserta tentang situasi tertentu, sering kali dalam konteks sosial dan sejarah, seperti dijelaskan oleh (Cresswell, 2009) Ini mengakui bahwa realitas yang berbeda membentuk interaksi sosial serta norma budaya dan sejarah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Kriyantono, 2020), metode ini melibatkan penggalan makna dari data dan interpretasinya untuk menghasilkan gambaran menyeluruh mengenai keadaan yang sebenarnya. (Rahman & Kurniawati, 2021) menambahkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif bersifat sistematis dan terorganisir, dengan peneliti sebagai alat utama pengumpulan data yang berupa kata-kata atau gambar bermakna. Informan penelitian adalah individu dengan pengetahuan dan pengalaman relevan terkait objek penelitian, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan mendalam (Zuchri, 2021). Peneliti menggunakan metode purposive sampling untuk memilih informan berdasarkan pengetahuan mereka tentang strategi komunikasi digital Jabar Digital Service. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang dikategorikan sebagai data primer dan sekunder (Patton, 2002) Menurut (Moleong, 2011) menekankan pentingnya pengamatan untuk memastikan keakuratan data dan mengatasi bias. Penelitian ini menggunakan observasi langsung pada Jabar Digital Service, dengan peneliti mengetahui bahwa observasi sedang dilakukan. Wawancara dilakukan secara terbuka dan semi-terstruktur, sesuai dengan pendapat Moleong (2011), di mana peneliti membuat poin-poin penting sebagai panduan wawancara. Dokumen, sebagai bukti pendukung yang akurat, juga digunakan, meliputi literatur, jurnal ilmiah, dan foto relevan (Moleong, 2011)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan enam informan yang memiliki kompetensi dan pengalaman terkait strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Jabar Digital Service (JDS). Informan tersebut adalah Harits Fathoni, Yuliana Keke Febrianti, Ferdy Octovian, Husnita, Gugum Gumilar, dan Fadhil Ari. Masing-masing informan memberikan wawasan yang berharga mengenai penerapan strategi komunikasi dalam transformasi layanan publik *digital*. Beberapa poin penting yang diungkapkan oleh informan meliputi:

1. **Pemilihan Komunikator:** Informan menekankan pentingnya memilih komunikator yang kredibel dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Hal ini berpengaruh pada efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat. Harits Fathoni menyatakan, "*Pemilihan komunikator yang tepat sangat penting. Kami harus memastikan bahwa mereka memiliki kredibilitas dan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas.*"
2. **Penggunaan Media Digital:** JDS memanfaatkan berbagai *platform digital* untuk menyampaikan informasi dan layanan kepada masyarakat. Informan menyatakan bahwa penggunaan media digital mempermudah akses informasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Yuliana Keke Febrianti menjelaskan, "*Kami memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial dan website, untuk menjangkau masyarakat. Ini mempermudah akses informasi dan meningkatkan partisipasi.*"
3. **Edukasi Masyarakat:** Informan menggarisbawahi pentingnya edukasi bagi masyarakat mengenai layanan publik *digital*. Jabar Digital Service (JDS) berupaya memberikan panduan dan tutorial yang jelas untuk membantu masyarakat memahami dan menggunakan layanan yang tersedia.

Ferdy Octovian menekankan, "*Edukasi adalah kunci. Kami menyediakan panduan dan tutorial agar masyarakat dapat memahami dan menggunakan layanan publik digital dengan baik.*"

4. Evaluasi dan Umpan Balik: Proses evaluasi menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi. Informan menyebutkan bahwa umpan balik dari masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan komunikasi yang dilakukan.

Husnita menambahkan, "*Kami selalu meminta umpan balik dari masyarakat. Ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan komunikasi yang kami lakukan.*"

5. Perubahan Persepsi: Melalui komunikasi yang efektif, Jabar Digital Service (JDS) berusaha mengubah persepsi masyarakat terhadap layanan publik digital. Informan mencatat bahwa komunikasi yang baik dapat membantu masyarakat beradaptasi dengan perubahan dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan yang disediakan.

Gugum Gumilar menyatakan, "*Melalui komunikasi yang efektif, kami berusaha mengubah persepsi masyarakat terhadap layanan publik digital. Kami ingin mereka merasa nyaman dan percaya dengan layanan yang kami tawarkan.*"

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Jabar Digital Service (JDS) memiliki dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap layanan publik *digital*. Namun, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi untuk mencapai efektivitas yang lebih baik.

B. Pembahasan

Jabar Digital Service (JDS) menggunakan pendekatan strategi komunikasi *digital* untuk mendukung transformasi layanan publik *digital* di Jawa Barat melalui portal Jabar. Berdasarkan penetapan tahapan strategi komunikasi Hafield Cangara (2014), terdapat lima tahapan utama:

1. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Komunikator memainkan peran sentral dalam semua aktivitas komunikasi. Mereka bertanggung jawab untuk membangun pesan yang efektif dan menjangkau khalayak sasaran. Komunikator harus memahami cara menyusun pesan yang jelas dan komunikatif. Pesan ini harus dapat diakses dan dipahami oleh masyarakat luas. Pemilihan media komunikasi yang sesuai sangat penting. Dalam konteks JDS, portal Jabar berfungsi sebagai media utama untuk menyampaikan informasi terkait layanan publik. Komunikator harus memenuhi tiga syarat utama: (1) Kredibilitas: Tingkat kepercayaan yang dimiliki orang lain terhadap komunikator. (2) Atraktif: Memiliki daya tarik yang dapat menarik perhatian audiens. (3) Kekuatan: Memiliki kekuatan dalam diri untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Dalam pelaksanaannya, Jabar Digital Service menetapkan divisi komunikasi dan divisi implementasi sebagai komunikator yang bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan melalui *website* Portal Jabar. Divisi ini berfungsi untuk memberikan informasi terkait pelayanan publik yang telah disediakan oleh Jabar Digital Service (JDS), serta menyampaikan berita dan informasi seputar provinsi Jawa Barat.

2. Menentukan Target Sasaran dan Analisis Khalayak

Jabar Digital Service (JDS) menerapkan pendekatan strategis dalam menetapkan target sasaran untuk inovasi atau produk baru dengan mengelompokkan pengguna ke dalam empat kategori: *Early Adopters*, *Early Majority*, *Late Majority*, dan *Laggards*. Pendekatan ini memungkinkan JDS untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik masing-masing kelompok pengguna. Jabar Digital Service (JDS) dapat memfokuskan upaya komunikasi dan promosi kepada kelompok ini dengan menonjolkan fitur-fitur baru dan inovatif dari layanan yang ditawarkan. Mereka cenderung lebih terbuka untuk mencoba layanan baru dan dapat menjadi duta bagi produk tersebut. JDS perlu memberikan bukti sosial dan testimoni dari *early adopters* untuk menarik perhatian kelompok ini. Konten yang menunjukkan manfaat dan kelebihan produk, serta bagaimana produk tersebut telah membantu pengguna lain akan sangat efektif. Jabar Digital Service (JDS) harus menekankan pada keandalan dan manfaat dari layanan yang ditawarkan. Menggunakan kampanye yang menunjukkan statistik penggunaan dan kepuasan pengguna dapat membantu meyakinkan kelompok ini untuk mencoba layanan. Untuk kelompok ini, JDS perlu memberikan informasi yang jelas dan mendetail tentang manfaat layanan baru, serta dukungan yang memadai untuk membantu mereka beradaptasi. Pendekatan yang lebih personal dan edukatif mungkin diperlukan untuk meyakinkan mereka.

3. Menyusun Pesan:

Jabar Digital Service (JDS) menerapkan strategi komunikasi dalam tiga tahapan utama. Pertama, pada *Fase Ideas Inception*, Pada tahap ini, JDS tidak langsung mempromosikan produk. Sebaliknya, mereka membuka forum diskusi dan membuat konten yang melibatkan audiens secara langsung. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan ide dan preferensi dari masyarakat. JDS dapat menggunakan platform media sosial untuk mengajukan pertanyaan ringan yang relevan, seperti "Lebih mudah mana membuat KTP, datang langsung ke kecamatan atau melalui online?" Dari interaksi ini, JDS dapat mengumpulkan masukan dan pandangan masyarakat yang akan membantu membentuk produk yang akan diluncurkan. Kedua, Tahap *Pre-Marketing*, mendapatkan masukan dari audiens, JDS mulai memperkenalkan produk yang akan diluncurkan. Pada tahap ini, mereka menonjolkan nilai-nilai dari produk dan memberikan informasi yang berguna bagi audiens. Contoh Kegiatan: JDS dapat memberikan tips dan trik tentang cara mengakses layanan publik dengan mudah melalui portal Jabar. Mereka juga dapat menekankan kelebihan menggunakan Portal Jabar dibandingkan dengan sumber informasi lainnya, seperti akurasi dan konsistensi informasi yang disediakan. Ketiga, Tahap *Kampanye (Campaign)*. Ini adalah fase di mana produk secara resmi diluncurkan dan kampanye pemasaran dilakukan. Pada tahap ini, pesan yang telah disusun disampaikan kepada *audiens* dengan cara yang menarik dan komunikatif. Contoh Kegiatan: JDS dapat meluncurkan kampanye di berbagai *platform*, termasuk media sosial, *website*, dan *email*, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Mereka dapat menggunakan konten visual, video, dan testimoni pengguna untuk menarik perhatian dan mendorong partisipasi masyarakat.

4. Memilih Media Komunikasi

Proses memilih media komunikasi oleh Jabar Digital Service (JDS) dimulai dengan analisis karakteristik audiens untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Hal ini penting agar konten dan layanan yang disediakan relevan dan menarik bagi pengguna. Selanjutnya, JDS merancang pesan yang jelas dan komunikatif, baik dalam bentuk informasi satu sisi maupun dua sisi. *Website* Portal Jabar (Portal Jabarprov.go.id) dipilih sebagai media utama karena fungsinya sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, yang diharapkan dapat memfasilitasi komunikasi dua arah. meskipun komunikasi dua arah dalam pemerintahan sering kali masih sulit dilakukan. Sebelum reaktivasi, Portal Jabar tidak memiliki tampilan yang mendukung sebagai *website* pemerintah, serta dari segi *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) yang belum optimal. Oleh karena itu, JDS melakukan perbaikan dan reaktivasi portal ini, mengganti nama dari PemdaProv Jabar menjadi Portal Jabarprov.go.id. Dengan perbaikan ini, diharapkan portal dapat lebih menarik dan mudah digunakan oleh masyarakat. Setelah implementasi, evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi dan respons pengguna, sehingga JDS dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi di masa mendatang. Dengan langkah-langkah ini, JDS berupaya memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan dapat menjangkau dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara efektif.

5. Evaluasi

JDS melakukan evaluasi program dan manajemen melalui penilaian media sosial, survei, usability testing, dan ko Jabar Digital Service (JDS) melakukan evaluasi program dan manajemen sesuai dengan konsep Hafield Cangara (2014) untuk meningkatkan keberhasilan strategi komunikasi mereka. Evaluasi program JDS dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, seperti mingguan, bulanan, dan per kuartal. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk memantau dan meninjau kembali rencana-rencana yang telah disusun sejak awal. Contoh evaluasi program termasuk penilaian perencanaan konten oleh divisi komunikasi, mencakup seberapa jauh konten tersebut mencapai target yang diinginkan melalui indikator presentase pencapaian. Evaluasi strategi komunikasi di JDS dilakukan dengan mengkategorikan strategi berdasarkan dampak dan usaha: (1) *High Effort High Impact*. (2) *Low Effort High Impact* (3) *Low Effort Low Impact*. (4) *High Effort Low Impact*. Strategi dengan dampak tinggi akan dilanjutkan, sementara strategi dengan dampak rendah akan dipertimbangkan untuk dihentikan. Kategorisasi ini membantu JDS fokus pada strategi-strategi yang signifikan melalui survei yang dilakukan oleh divisi implementasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan dan menilai tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Evaluasi ini penting untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mengembangkan strategi yang lebih baik di masa depan.

Dalam upaya agar transformasi pelayanan publik digital berjalan dengan lancar, Jabar Digital Service perlu memperhatikan aspek kualitas layanan. Untuk memberikan kenyamanan pada public dan agar mendukung transformasi layanan public digital ini perlu untuk menerapkan konsep kualitas layanan menurut Zeithaml (1990) :

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Website Portal Jabar menyediakan berbagai fasilitas yang dapat diakses oleh pengguna. Semua ini memastikan bahwa pengguna dapat mengakses informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan efisien. Perlengkapan layanan yang disediakan di website Portal Jabar sangat memadai. Fitur-fitur seperti global search dan section akses cepat, dashboard publik, dan dwibahasa (dua bahasa) membantu pengguna menemukan informasi dengan cepat dan efisien. Jabar Digital Service (JDS) menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan LinkedIn untuk mengkomunikasikan informasi mengenai website Portal Jabar serta memberikan edukasi kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan komitmen JDS dalam memastikan bahwa informasi tentang layanan digital mereka tersampaikan dengan baik dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Penerapan bukti fisik (*tangibles*) dalam layanan Jabar Digital Service melalui website Portal Jabar mencakup berbagai aspek yang memastikan bahwa layanan tersebut dapat dilihat, dirasakan, dan digunakan langsung oleh pengguna. Dari fasilitas dan perlengkapan layanan yang lengkap, penggunaan media sosial yang efektif, hingga kemudahan akses dan konsistensi dalam penyediaan informasi, semua ini menunjukkan bahwa JDS menerapkan dimensi *tangibles* dengan sangat baik untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada masyarakat.

2. Keandalan (*reability*)

Dimensi keandalan ini mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Keandalan melibatkan konsistensi kinerja dan ketepatan waktu dalam pelayanan. Jabar Digital Service (JDS) menunjukkan keandalan melalui konsistensi dalam penyampaian informasi yang diperbarui secara teratur. Portal Jabar memperbarui konten berita setiap hari untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan selalu relevan dan akurat. Pelaporan rutin setiap tiga atau enam bulan juga dilakukan untuk menjaga agar data dan informasi tetap *up-to-date*. Website Portal Jabar menjanjikan sebagai portal satu pintu untuk semua informasi terkait layanan publik pemerintah dan berita seputar Jawa Barat. JDS telah berhasil mewujudkan janji ini dengan menyediakan informasi yang lengkap dan terintegrasi pada satu portal, sehingga pengguna tidak perlu mencari informasi dari sumber lain. Informasi yang ditampilkan selalu diperbarui dan disajikan dengan jelas.

3. Daya Tanggap (*responsiviness*)

Daya tanggap mengacu pada kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat serta responsif. Hal ini mencakup respon yang cepat terhadap permintaan dan keluhan pelanggan, serta kecepatan dalam memberikan layanan. JDS menunjukkan daya tanggap melalui respon cepat dan cermat terhadap pengguna yang mengalami kendala saat mengakses layanan. Pengguna dapat menghubungi hotline yang disediakan untuk mendapatkan dukungan bantuan dari tim JDS. Selain itu, pengguna juga dapat mengajukan keluhan, aduan, dan saran melalui fitur kritik dan saran yang ada di portal Jabar Digital Service (JDS) berkomitmen untuk membantu masyarakat dalam mengakses layanan publik secara *digital*, menggantikan metode konvensional yang memerlukan kunjungan langsung ke instansi terkait. Portal Jabar dirancang untuk mudah diakses dan digunakan, baik melalui PC maupun perangkat *mobile*. Pengguna dapat dengan mudah memahami dan menggunakan berbagai fitur yang disediakan di portal, yang mencakup layanan publik, berita, dan informasi kegiatan di Jawa Barat. Hal ini mencerminkan komitmen Jabar Digital Service (JDS) untuk memberikan pelayanan yang cepat dan responsif terhadap kebutuhan pengguna.

4. Keyakinan (*assurance*)

Dimensi keyakinan ini mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan dan menjamin keamanan pengguna mereka serta kemampuan untuk memberikan rasa percaya kepada pengguna terhadap layanan yang diberikan. Keyakinan ini mencakup beberapa elemen utama: kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan dari penyedia layanan. Jabar Digital Service (JDS) menunjukkan komitmen terhadap keamanan data pengguna dengan tidak menggunakan sistem *log-in* pada website Portal Jabar. Selain itu, Jabar Digital Service (JDS) memiliki tim legal yang bertanggung jawab dalam melindungi data pengguna serta telah menyusun dokumen privasi yang jelas. Informasi yang diberikan oleh JDS berasal langsung dari pembuat keputusan dan penyelenggara layanan, yaitu pemerintah provinsi Jawa Barat. Hal ini memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui website Portal Jabar adalah akurat dan dapat dipercaya. Kompetensi tim pengelola Jabar Digital Service (JDS) terlihat dari kemampuan mereka dalam memberikan solusi cepat dan tepat ketika menangani kendala yang dialami pengguna.

5. Empati (*emphaty*)

Dimensi ini menekankan pentingnya penyedia layanan untuk memahami dan peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini mencakup kemampuan berkomunikasi secara efektif dan memberikan perhatian personal kepada pengguna layanan. Portal Jabar dirancang dengan sangat ramah pengguna sehingga mudah digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Portal Jabar didasarkan pada riset yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat dengan berbagai tingkat keahlian teknologi. Ini memastikan bahwa situs web dapat diakses dan dimengerti oleh semua pengguna, mulai dari yang memiliki pengetahuan teknologi rendah hingga tinggi. Jabar Digital Service (JDS) menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan layanan mereka secara luas. Mereka membuat konten yang berisi pengenalan, penjelasan, serta tata cara penggunaan website Portal Jabar. Konten ini disesuaikan dengan preferensi pengguna yang diketahui melalui riset dan survei yang dilakukan. Bentuk konten yang digunakan termasuk video, gambar, dan *storytelling*, yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi komunikasi *digital* yang diterapkan oleh Jabar Digital Service (JDS) melalui *website* Portal Jabar, telah memberikan dampak signifikan pada transformasi layanan publik *digital* di provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan strategi komunikasi digital yang sesuai dapat membantu suatu instansi dalam menyelenggarakan program yang dibuat. Terutama pada instansi pemerintahan seperti Jabar Digital Service (JDS), strategi komunikasi digital dapat membantu Jabar Digital Service (JDS), dalam mengkomunikasikan pelayanan publik *digital* yang diselenggarakan, melalui *website* Portal Jabar.

Tahapan strategi komunikasi yang diterapkan pada strategi komunikasi digital JDS yang meliputi; memilih dan menetapkan komunikator, menentukan target sasaran dan analisis khalayak, menyusun pesan, memilih media komunikasi, dan evaluasi telah membantu peneliti untuk melihat strategi komunikasi Jabar Digital Service (JDS) untuk menyebar luaskan informasi layanan publik digital secara menyeluruh dan tepat sasaran. Strategi komunikasi *digital* yang dijalankan oleh Jabar Digital Service (JDS) telah sesuai dan tepat sasaran.

Dilihat dari keberhasilan transformasi layanan yang diselenggarakan, Jabar Digital Service (JDS) telah berhasil melakukan transformasi layanan publik digital di Jawa Barat. Melalui indikator kualitas layanan yang meliputi: bukti Fisik (*tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*empathy*), peneliti dapat menyimpulkan bahwa transformasi pelayanan publik digital yang dilakukan oleh JDS melalui *website* Portal Jabar telah berhasil dan sudah sesuai dengan tujuan dari Jabar Digital Service (JDS) yaitu Menjadikan Jawa Barat sebagai provinsi terdepan dalam penggunaan data dan teknologi untuk mendukung layanan publik dan perumusan kebijakan yang lebih responsif, adaptif, dan inovatif. Juga sudah mencapai tujuan dari dibuatnya *website* Portal Jabar yaitu : Transformasi Portal Jabarprov.go.id sebagai Platform Informasi Publik Jabar Terintegrasi.

B. Saran

Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk memperdalam studi mengenai strategi komunikasi *digital* dan transformasi layanan publik *digital* di berbagai instansi pemerintah di daerah lainya. Penelitian komparatif dengan instansi serupa dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai indikator-indikator keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam berbagai konteks layanan publik digital. Selain itu perlu adanya pengembangan model teoritis yang lebih terperinci mengenai strategi komunikasi *digital* yang diterapkan oleh instansi pemerintah dalam pelaksanaan pelayanan publik *digital*. Khususnya, sangat disarankan untuk peneliti selanjutnya agar lebih spesifik mendalami penelitian pada Jabar Digital Service dalam penerapan strategi komunikasi *digital* pada layanan publik lainnya.

Jabar Digital Service (JDS) perlu meningkatkan upaya sosialisasi mengenai layanan publik *digital* yang tersedia melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, seminar, dan *workshop*. Edukasi kepada masyarakat tentang cara menggunakan *website* Portal Jabarprov.go.id dan manfaat dari layanan digital sangat penting untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat. Jabar Digital Service (JDS) harus menyediakan saluran yang mudah diakses bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik mengenai layanan yang disediakan. Dengan mendengarkan masukan dari pengguna, Jabar Digital Service (JDS) dapat melakukan perbaikan yang diperlukan dan menunjukkan bahwa mereka menghargai partisipasi masyarakat. Jabar Digital Service (JDS) perlu melakukan

monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Dengan melakukan analisis data pengguna dan umpan balik, Jabar Digital Service (JDS) dapat menyesuaikan strategi mereka untuk lebih memenuhi kebutuhan masyarakat.

REFERENSI

- Adams, S. O., & Paul, C. (2023). E-government development indices and the attainment of United Nations sustainable development goals in Africa: A cross-sectional data analysis. *European Journal of Sustainable Development Research*, 7(4). <https://doi.org/10.29333/ejosdr/13576>
- Arfeen, M. I., & Saranti, D. (2021). Digital Government Strategies for Sustainable Development: A Case Study of Pakistan. <https://doi.org/10.20944/PREPRINTS202105.0725.V1>
- Cangara, H. (2014). "Perencanaan & Strategi Komunikasi." Rajagrafindo Persada.
- Cresswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, 3rd ed. Sage Publications, Inc.
- Heiskala, M., Jokinen, J. P., & Tinnilä, M. (2016). Crowdsensing-based transportation services - An analysis from business model and sustainability viewpoints. *Research in Transportation Business and Management*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2016.03.006>
- Iqbal, M., Putra, J., Hasibuan, J., & Huda, D. N. (2023). Transformasi Digital Pemerintah (Studi Kasus: Implementasi e-Government dan Hambatannya). *Journal Social Society*, 3(2). <https://doi.org/10.30605/jss.3.2.2023.338>
- Iskandar, Dr. D. (2022). Metode Penelitian Kualitatif : Petunjuk Praktis untuk Penelitian Lapangan, Analisis Teks Media, dan Kajian Budaya. In *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*.
- kominfo.go.id. (2022, July). *Menteri Johnny: Pemerintah Siapkan Super Apps Layanan Publik*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/43059/menteri-johnny-pemerintah-siapkan-super-apps-layanan-publik/0/berita_satker.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis Riset Komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Leski Rizkineswara. (2020, June). Urgensi Literasi Digital bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia. [Aptika.Kominfo.Go.Id](https://www.kominfo.go.id).
- MadeAyuRanggitaMadhyastha. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESISTENSI PENGGUNAAN APLIKASI LAYANAN PUBLIK (STUDI: APLIKASI PEMBAYARAN SELULER). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*.
- Moleong, (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. J (PT. Remaja Rosdakarya., Ed.).
- Nielsen, M. M., & Ali, W. K. M. (2021). Governing and Monitoring the Digital Transformation: Assessing the Qatari Experience since 2003. *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3494193.3494227>
- OECD Publishing. (2020). *Going Digital Integrated Policy Framework*. *OECD Digital Economy Papers*, 292, 66.
- Onong Uchjana, E. (2019). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*. Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods. In *Qualitative Inquiry (Vol. 3rd)*. <https://doi.org/10.2307/330063>
- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM (STUDI DESKRIPSTIF KUALITATIF PADA DISTRO DI KABUPATEN SUMENEP). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(02). <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>
- Salgues, B. (2018). Society 5.0: Industry of the future, technologies, methods and tools. In *Society 5.0: Industry of the Future, Technologies, Methods and Tools (Vol. 1)*. <https://doi.org/10.1002/9781119507314>
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Sexton Roy, C. (n.d.). *Intercultural Communication A READER About the Authors*.
- Ubiparipović, B., Matković, P., Marić, M., & Tumbas, P. (2020). Critical factors of digital transformation success: A literature review. *Ekonomika Preduzeca*, 68(5–6). <https://doi.org/10.5937/ekopre2006400u>
- Uno, H. B. (2020). *Paradigma Penelitian*. E-PROSIDING PASCASARJANA UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO.

Zeithaml, V. A. , P. A. , & B. L. L. (1990). Delivering quality service; Balancing customer perceptions and expectations.

Zuchri, abdussamad. (2021). Metode Penelitian Kualitatif - Google Books. In CV. Syakir Media Press.

