

**STRATEGI HUMAS PEMKOT BEKASI DALAM MEMBANGUN
AWARENESS MASYARAKAT TERHADAP APLIKASI SOROT
BEKASI *SMART CITY***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan Tugas Akhir
Program Studi Ilmu Komunikasi



MUHAMMAD ALWAN FADHAL

1131003032

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Muhammad Alwan Fadhal

NIM : 1131003032

Tanda Tangan :



Tanggal : 05 September 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Alwan Fadhal
NIM : 1131003032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Humas Pemkot Bekasi dalam Membangun *Awareness*
Masyarakat Terhadap Aplikasi SOROT Bekasi *Smart City*.

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanasthasia, S.Sos., MMediaPrac. ()

Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si ()

Penguji 2 : Dra. Mathilda Agnes Maria Wowor, S.Sos., M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 September 2017

HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul Strategi Humas Pemkot Bekasi dalam membangun *awareness* masyarakat terhadap aplikasi SOROT Bekasi *Smart City*. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan tugas akhir Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Kepedulian dan kecintaan peneliti terhadap kota tempat peneliti lahir Kota Bekasi, membuat peneliti melakukan penelitian mengenai aplikasi SOROT Bekasi *Smart City*. Besar harapan dari peneliti, bahwa penelitian ini dapat menjadi bukti bahwa di usia yang masih relatif muda (20 Tahun) 10 Maret 2017 – sekarang Kota Bekasi bisa terus berinovasi dalam membuat kegiatan atau program yang dapat berdampak bagi kemaslahatan umat terutama bagi masyarakat Kota Bekasi itu sendiri.

Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan moral maupun material. Oleh karena itu, izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, di antaranya:

1. Ibu Suharyanti M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas bimbingan serta pengajarannya selama 4 tahun peneliti menimba ilmu.
2. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac., selaku pembimbing tugas akhir atas segala bimbingan dan arahnya baik selama penulis menjalani pendidikan S-1 di Universitas Bakrie maupun selama pengerjaan penelitian tugas akhir penulis;

3. Ibu Dessy Kania, B.A., M.A. selaku pembimbing akademik penulis selama menempuh pendidikan S-1 di Universitas Bakrie yang senantiasa memberi bimbingan, dukungan, dan perhatian kepada perkembangan akademik penulis.
4. Seluruh staff pengajar dan administrasi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis serta mendukung dan membantu penulis selama masa perkuliahan dan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Ayah, Ibu, Najiah Thafani, Arkan Fadhal dan seluruh keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis selama menjalani pendidikan S-1 di Universitas Bakrie dan selama penyusunan tugas akhir ini.
6. Sahabat – sahabat terbaik Penulis, Annas Qadrian, Ferdinand Valentino, Erzi Rabbani, dan Faiz Naufal yang kehadiran mereka sangat berarti dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2013, Leo, Iman, Oman, Ram, Fendi, Ian, dan Kayis yang selalu memberikan dukungan dan semangat satu sama lain. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita empat tahun masa perantauan penulis untuk menimba ilmu, terima kasih telah menjadi teman yang baik dan saling mendukung selama perkuliahan.
8. Keluarga Purna Paskibraka Indonesia Kota Bekasi 2011, Nana, Ardan, Tiara yang selalu mendukung agar tugas akhir ini dapat selesai tepat waktu.
9. Keluarga Paguyuban Abang Mpok Kota Bekasi 2015, Pram, Arie, Rachel, Bagas, dan Topan yang selalu mengingatkan mengenai tugas akhir ini.
10. Keluarga Brigaspan SMAN 8 Bekasi, Rian, Hadi, Majid, Damar dan Andri yang selalu hadir ketika peneliti butuhkan.
11. Karang Taruna RW 12, Reza, Gilang, Tiko, Didit, Adam, Bidin, Ino dan Adit yang selalu mengingatkan tentang skripsi ketika berkumpul bersama.
12. Keluarga KPN (Kapal Pemuda Nusantara) Sail Sabang 2017 Feriza & Rizanty. Semoga kita dapat berlayar Bersama pada November 2017 ini.
13. Keluarga besar mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, dan 2016.

14. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 18 Agustus 2017

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'A' followed by a series of connected loops and a final flourish.

Alwan Fadhal

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Alwan Fadhal
NIM : 1131003032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Humas Pemkot Bekasi dalam membangun *Awareness* Masyarakat terhadap Aplikasi SOROT Bekasi *Smart City*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 05 September 2017

Yang menyatakan,



Muhammad Alwan Fadhal

**STRATEGI HUMAS PEMKOT BEKASI DALAM MEMBANGUN
AWARENESS MASYARAKAT TERHADAP APLIKASI SOROT BEKASI
SMART CITY**

Muhammad Alwan Fadhal

ABSTRAK

Kota Bekasi yang saat ini sedang berkembang pesat mengeluarkan aplikasi bernama SOROT (*smart online reporting and observation tools*). Aplikasi tersebut membuat masyarakat dapat melakukan pelaporan secara langsung kepada pemerintah. Namun, aplikasi yang seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat masih belum banyak digunakan. Dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji mengenai fungsi dan peran Humas Pemkot Bekasi dilihat dari kinerja lembaga tersebut selama ini. Selain itu juga akan melihat strategi E-PR & Relasi Media Humas Pemkot Bekasi dalam membangun *awareness* masyarakat terhadap aplikasi tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Humas Pemkot Bekasi dalam mempromosikan aplikasi SOROT Bekasi *Smart City*. Peneliti menemukan fakta di lapangan bahwa strategi Humas Pemkot Bekasi sudah berjalan efektif, namun memang belum maksimal. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya masyarakat Kota Bekasi yang “melek” teknologi, sehingga program pemerintah dalam mempromosikan aplikasi SOROT Bekasi *Smart City* belum begitu maksimal. Peneliti juga mendapatkan fakta menarik mengenai pembentukan C-Gen (*Creative Generation*) Kota Bekasi sebagai langkah untuk mempromosikan SOROT Bekasi *Smart City* menggandeng komunitas yang berisi anak – anak muda.

Kata kunci: Humas Pemkot Bekasi, *E-PR*, relasi media, SOROT, masyarakat.

**STRATEGI HUMAS PEMKOT BEKASI DALAM MEMBANGUN
AWARENESS MASYARAKAT TERHADAP APLIKASI SOROT BEKASI
SMART CITY**

Muhammad Alwan Fadhal

ABSTRACT

Bekasi City that currently growing rapidly issued an application called SOROT (smart online reporting and observation tools). The application allows the society to report directly to the government. But unfortunately, the applications that should be utilized properly by the society is still not widely used. In this study, the researcher will review about the function and role about Public Relations of Bekasi City Government seen from the performance of the institution so far. In addition, this study also see the strategy of E-PR & Media Relations by Public Relations of Bekasi City Government in building awareness through the community against the application. The method used in this research is qualitative descriptive. The purpose of this research is to know the strategy by Public Relations of Bekasi City Government in promoting the application of SOROT Bekasi Smart City. Researcher found the facts on the ground that the strategy of PR Bekasi City Government has been running effectively, but isn't maximized yet. This is because there are still a lot of people in Bekasi City who aren't "literate" technology yet, so the government program in promoting the application of Bekasi Smart City isn't maximal. Researchers also get interesting facts about the C-Gen (Creative Generation) Bekasi City as the step to promote SOROT Bekasi Smart City which reach the community of young generation.

Keywords: Public Relations of Bekasi City Government, *E-PR*, media relations, SOROT, Society.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.1 Manfaat Praktis	15
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka terkait Penelitian Sebelumnya	16
2.2 <i>Smart City</i>	23
2.2.1 Pengertian <i>Smart City</i>	23
2.2.2 Pembagian <i>Smart City</i>	24
2.2.3 Dimensi <i>Smart City</i>	24
2.3 <i>Public Relations</i>	26
2.3.1 Definisi <i>Public Relations</i>	26
2.3.2 Hubungan Masyarakat Pemerintah	28
2.4 Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i>	30
2.4.1 Peran <i>Public Relations</i>	31
2.4.2 Strategi <i>Public Relations</i>	32
2.4.2.1 Publikasi	33
2.4.2.2 Periklanan	34
2.4.2.3 Promosi	35

2.5 <i>E-PR</i>	36
2.5.1 <i>Media Sosial</i>	38
2.5.2 Dimensi <i>E-PR</i>	41
2.6 <i>Media Relations</i>	42
2.6.1 Fungsi <i>Media Relations</i>	43
2.6.2 Tujuan <i>Media Relations</i>	43
2.6.3 Elemen dalam <i>Media Relations</i>	45
2.7 <i>Brand Awareness</i>	47
2.7.1 Peran Merek.....	49
2.8 Kerangka Pemikiran.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Paradigma Penelitian	52
3.2 Pendekatan Penelitian	53
3.3 Objek Penelitian & Subjek Penelitian	54
3.4 Metode Pengumpulan Data	54
3.4.1 Data Primer	55
3.4.2 Data Sekunder	57
3.5 Metode Penentuan Informan	57
3.6 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	58
3.6.1 Definisi Konseptual	58
3.6.2 Operasionalisasi Konseptual	59
3.7 Teknik Keabsahan Data	65
3.8 Keterbatasan Penelitian	67
BAB IV HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Objek Penelitian	68
4.1.1 Kota Bekasi	68
4.1.2 Lambang Daerah Kota Bekasi	70
4.1.3 Kondisi Geografis Kota Bekasi	73
4.1.4 Topografi Kota Bekasi	73
4.1.5 Geologi dan Jenis Tanah Kota Bekasi	74
4.1.6 Hidrologi dan Klimatologi Kota Bekasi	74
4.1.7 Permukiman	75
4.1.8 Pemerintahan Kota Bekasi	75
4.1.9 Humas Pemerintah Kota Bekasi	76
4.1.10 Fungsi dan Peran SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	79
4.1.11 Deskripsi Subjek	81

4.1.12 Deskripsi Objek	82
4.2 Hasil Penelitian	82
4.2.1 Fungsi dan Peran Humas Pemkot Bekasi	83
4.2.2 Pengertian Aplikasi SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	87
4.2.3 Implementasi <i>E-PR</i> dalam membangun <i>awareness</i> aplikasi SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	91
4.2.4 Implementasi <i>Media Relations</i> dalam membangun <i>awareness</i> aplikasi SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	94
4.2.5 Wawancara dengan masyarakat terkait <i>awareness</i> dari aplikasi SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	98
4.2.6 Korelasi antara C-Gen dengan SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	100
4.3 Pembahasan	103
4.3.1 Analisis Fungsi dan Peran Humas Pemkot Bekasi	104
4.3.2 Analisis <i>E-PR</i> yang dilakukan Humas Pemkot Bekasi dalam meningkatkan <i>awareness</i> masyarakat	107
4.3.2.1 Komunikasi Konstan	108
4.3.2.2 Respon Cepat	109
4.3.2.3 Interaktif	109
4.3.2.4 Komunikasi Dua Arah	110
4.3.2.5 Hemat	110
4.3.3 Analisis Relasi Media yang dilakukan Humas Pemkot Bekasi dalam meningkatkan <i>awareness</i> masyarakat	110
4.3.3.1 <i>Servicing Media</i>	111
4.3.3.2 <i>Establishing Reputations for Realibility</i>	112
4.3.3.3 <i>Supplying Good Copy</i>	113
4.3.3.4 <i>Cooperation in Providing Material</i>	113
4.3.3.5 <i>Providing Verifications Facilities</i>	114
4.3.3.6 <i>Building Personal Relationship with Media</i>	114
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Simpulan	116
5.2 Saran	117
Daftar Pustaka	119
Lembar Persetujuan Informan	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konseptual	61
Tabel 4.1 Deskripsi Informan Penelitian	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sistem Bekasi <i>Smart City</i>	8
Gambar 1.2 Tampilan awal SOROT (<i>Smart Online Reporting and Observation</i>)	10
Gambar 1.3 Tampilan jika ingin melakukan pelaporan.....	11
Gambar 1.4 Contoh informasi yang disebar Pemkot Bekasi melalui aplikasi SOROT	11
Gambar 1.5 Contoh informasi yang disebar Pemkot Bekasi melalui aplikasi SOROT	12
Gambar 1.6 Salah satu laporan masyarakat yang belum ditangani terlihat dengan emoji sedih berwarna kuning	12
Gambar 1.7 Salah satu laporan masyarakat yang sudah ditangani terlihat dengan emoji senyum berwarna hijau	13
Gambar 1.8 SOROT juga menyediakan layanan peta Kota Bekasi	13
Gambar 1.9 Contoh profile pengguna aplikasi SOROT	14
Gambar 2.1 6 Dimensi <i>Smart City</i>	26
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	47
Gambar 4.1 Lambang Kota Bekasi	71
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pemerintah Kota Bekasi	75
Gambar 4.3 Struktur Humas Pemkot Bekasi	76
Gambar 4.4 Tugas Pokok Humas Pemkot Bekasi	77
Gambar 4.5 Kantor Humas Pemkot Bekasi	79
Gambar 4.6 Proses Kota Bekasi Menuju <i>Smart City</i>	80

Gambar 4.7 Fungsi dari SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	80
Gambar 4.8 Proses Laporan & Aduan melalui SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	81
Gambar 4.9 <i>Patriot Operation Center</i> (POC)	90
Gambar 4.10 Instagram & Twitter milik Humas Pemkot Bekasi	91
Gambar 4.11 Pemberitaan di media nasional CNN Indonesia	97
Gambar 4.12 Pemberitaan di media nasional Viva	97
Gambar 4.13 Pemberitaan di media lokal <i>Bekasi Urban City</i>	98
Gambar 4.14 Visi & Misi C-Gen Kota Bekasi	102
Gambar 4.15 Program C-Gen Kota Bekasi	102
Gambar 4.16 Tahapan & Tujuan C-Gen Kota Bekasi	103
Gambar 4.17 <i>Twitter @pemkotbekasi</i> sedang mempromosikan SOROT Bekasi <i>Smart City</i>	108
Gambar 4.18 <i>Instagram @pemkotbekasi</i> tidak memberikan tanggapan terhadap komen salah satu masyarakat	109

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 <i>Konsep Smart City Kota Bekasi</i>	8
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara Dengan Elyas Ferry	126
Lampiran 2 Wawancara Dengan Dadi Rahmadi	132
Lampiran 3 Wawancara Dengan Mahrezha Thaher	135