

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DISKOMINFO DIY
DALAM MENGEDUKASI PUBLIK TENTANG
PROGRAM JOGJA SMART PROVINCE (JSP)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Salwadira Des Ramadhani

NIM 21107030110

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Salwadira Des Ramadhani

Nomor Induk : 21107030110

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 3 Juli 2025



Salwadira Des Ramadhani

NIM. 21107030110

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Salwadira Des Ramadhani
NIM : 21107030110
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI MEDIA RELATIONS DISKOMINFO DIY DALAM MENGEDUKASI PUBLIK TENTANG PROGRAM JOGJA SMART PROVINCE (JSP)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian, atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta 20 Agustus 2025
Pembimbing

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3514/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Media Relations Diskominfo DIY dalam Menedukasi Publik tentang Program Jogja Smart Province (JSP)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SALWADIRA DES RAMADHANI
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030110
Telah diujikan pada : Selasa, 22 Juli 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 68a590ad0118e



Penguji I

Alip Kunandar, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 68a66d7510060



Penguji II

Durrotul Masudah, M.A.
SIGNED

Valid ID: 68a5537941a9c



Yogyakarta, 22 Juli 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68a95cd1b6ffa

HALAMAN MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah [2]: 286)

“This is not the end. It is not even the beginning of the end.

But it is, perhaps, the end of the beginning.”

(Winston S. Churchill)


“No need to rush, my pace. Don’t compare. It’s alright to go slowly.

Go on your own path, my lane. Put down your impatience.

Just keep looking forward. You ready, let’s go”

(My Pace by Stray Kids)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini dipersembahkan kepada :

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Media Relations* Diskominfo DIY dalam Mengedukasi Publik tentang Program Jogja Smart Province (JSP)”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Pso., M.Psi., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Bapak Dr. Mokhammad Mahfud, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan memberikan arahan akademik kepada penulis dari semester pertama hingga saat skripsi ini diselesaikan.
5. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Alip Kunandar, S.Sos., M.Si., selaku Penguji Satu (1) yang telah memberikan masukan serta saran untuk jalannya pengerjaan skripsi.
7. Ibu Durrotul Masudah, M.A., selaku Penguji Dua (2) yang telah membantu menyempurnakan skripsi penulis menuju tahap akhir.
8. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu yang berharga serta bantuan selama masa studi.
9. Ibu Endang Wahyuningsih dan Bapak Bakdo selaku Mama dan Papa dari penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan apresiasi untuk setiap langkah penulis. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa terimakasih atas segala kasih sayang, doa, dan dukungan yang tiada henti dalam membesarkan serta membimbing penulis hingga saat ini. Setiap langkah yang penulis tempuh, setiap mimpi yang diperjuangkan, tidak lepas dari peran dan cinta kalian.
10. Fadhil Andredo Mahardika selaku adik penulis yang telah memberikan dukungan, peran, dan semangat secara tidak langsung.
11. Mba Faradina Harumi, Mba Pastika Setyorini, Bapak Nugroho Jannin Warenpan, dan Bapak Ditya Nanaryo Aji, selaku narasumber dan triangulasi sumber dalam skripsi ini, yang telah berkenan memberikan waktu, informasi, dan wawasan berharga untuk kelancaran penelitian.
12. Teman-teman “*Wonton Family*: Afdila, Aliya, Adel, Khansa, Lala, Nessa, Seka, Vanya” yang selama masa perkuliahan selalu memberikan hiburan, dukungan, serta menemani waktu-waktu penulis dalam perjalanan masa studi dengan banyak suka cita.

13. Teman penulis dari jaman kecil yaitu Adila Isrosyida yang menemani penulis melewati perjalanan penulis dari jaman sekolah sampai kuliah ini walaupun tidak banyak waktu yang kita sempatkan bersama.
 14. Teman-teman “*Overthrow the Regime: Alifa, Nasywa, dan Milda*” yang selalu menyempatkan waktu bersama penulis dan mendukung penulis untuk tetap semangat dan yakin untuk segera menyelesaikan skripsi.
 15. Teman-teman “*Yok Bisa Yok: Fasya, Tasya, Yasmine*” yang masih selalu menyempatkan kehadirannya dan memberikan semangat kepada penulis walaupun sudah jarang kebersamaan keseharian penulis namun tetap selalu berperan bagi penulis terutama dalam penulisan skripsi ini.
 16. Teman-teman seperjuangan penulis, Ilmu Komunikasi 2021, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi pengembangan ilmu komunikasi.

Yogyakarta, 16 Juni 2025

Penulis,

Salwadira Des Ramadhani

NIM. 21107030110

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Landasan Teori	14

1. Konsep <i>Smart Governance</i>	14
2. <i>Media Relations</i>	16
G. Kerangka Berpikir	21
H. Metode Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Subjek dan Objek Penelitian	22
3. Sumber Data	23
4. Metode Pengumpulan Data	24
5. Metode Analisis Data	26
6. Metode Keabsahan Data	27
BAB II	31
GAMBARAN UMUM	31
A. Tentang Diskominfo DIY	31
B. Sejarah Singkat Diskominfo DIY	32
C. Visi dan Misi Diskominfo DIY (Oleh Gubernur DIY Tahun 2022-2027)	33
D. Tujuan dan Sasaran Diskominfo DIY	34
E. Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) Diskominfo DIY	35
F. Struktur Organisasi Diskominfo DIY	36
G. Deskripsi Program JSP dan Keterlibatan Diskominfo DIY	39

1. Konsep Dasar, Visi, Misi, dan Tujuan Program Jogja Smart Province (JSP)	39
2. Tahapan dan Perkembangan Implementasi Program JSP.....	42
3. Peran Sentral Diskominfo DIY dalam <i>Media Relations</i> Program Jogja Smart Province (JSP)	43
4. Peraturan Gubernur tentang Program Jogja Smart Province (JSP)	45
BAB III.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Analisis Aktivitas <i>Media Relations</i> dalam Program Jogja Smart Province 1.0 (Khusus Periode 2022-2023).....	54
B. Analisis Aktivitas <i>Media Relations</i> Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Program Jogja Smart Province 2.0 (Khusus Periode 2024-Juni 2025)	66
C. Analisis Aktivitas di Media Sosial Instagram @kominfodiy dan @jogjasmartprovince dalam Komunikasi Program Jogja Smart Province.....	77
D. Validasi Temuan Melalui Proses Triangulasi Sumber	83
BAB IV	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan	86

B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	93



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka.....	11
Tabel 2. Kerangka Berpikir.....	21
Tabel 3. Interview Guide (Diskominfo DIY).....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nilai Evaluasi SPBE Kemenpan-RB tahun 2023.....	4
Gambar 2. Capaian Jogja Smart Province (JSP).....	6
Gambar 3. Hasil Monitoring Evaluasi & Pengukuran Program JSP	7
Gambar 4. Arus Komunikasi dalam Media Relations	17
Gambar 5. Logo Diskominfo DIY	32
Gambar 6. Bagan Susunan Organisasi Diskominfo DIY	36
Gambar 7. Dokumen PERGUB DIY No.46 Tahun 2019	46
Gambar 8. Dokumen PERGUB DIY No.32 Tahun 2024	50
Gambar 9. Tangkapan Layar beberapa Press Release JSP 1.0	57
Gambar 10. Forum Diskusi untuk Rencana Strategis tahun 2022-2027	59
Gambar 11. Monev E-Lapor DIY dan SP4N-LAPOR!	60
Gambar 12. Pemda DIY Siap Jalani Komitmen Bersama Wujudkan Keterbukaan Informasi Publik.....	61
Gambar 13. Tangkapan Layar beberapa Press Release JSP 2.0	67
Gambar 14. Rapat Koordinasi dan Evaluasi 20 Februari 2024.....	69
Gambar 15. Dinas Kominfo selenggarakan Forum SPBE se-DIY	70
Gambar 16. Rapat Koordinasi Tim Gugus Tugas Smart Province	71
Gambar 17. Tangkapan Layar Akun Instagram @kominfodiy dan @jogjasmartprovince	78
Gambar 18. Wawancara dengan Mba Faradina Harumi & Pastika Setyorini.....	93
Gambar 19. Wawancara (online) tambahan dengan Mba Faradina Harumi.....	93
Gambar 20. Triangulasi dengan Pak Nugroho Jannin Warenpan	94

Gambar 21. Triangulasi dengan Pak Ditya Nanaryo Aji	94
Gambar 22. Surat Izin Penelitian Tugas Akhir	95



ABSTRACT

This research analyzes the role and implementation of media relations activities by Diskominfo DIY in increasing public knowledge and understanding of the Jogja Smart Province (JSP) program during the 2022-2023 and 2024-June 2025 period. Using a descriptive qualitative method, this study examines how Diskominfo communicates the JSP program amidst digital transformation challenges. The findings reveal that Diskominfo DIY primarily relies on Press Releases and Special Events for public communication. Other strategic media relations instruments, such as formal Press Conferences, Press Briefings, Press Tours, Press Luncheons, and Press Interviews, are either not utilized in a planned manner or conducted informally, which may limit comprehensive information dissemination. This reliance on a limited range of activities, coupled with an acknowledged lack of systematic monitoring and evaluation, particularly on digital platforms like Instagram, suggests an unoptimized strategic opportunity for building broader public awareness and deeper understanding of the JSP program. In conclusion, the current media relations practices by Diskominfo DIY for JSP are not fully integrated or proactive in engaging the public, potentially contributing to a gap in public knowledge about the program.

Keywords: *Media Relations, Public Knowledge, Government Communication, Jogja Smart Province, Diskominfo DIY*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melihat dari perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin maju dalam dua dekade terakhir, transformasi besar telah banyak terjadi di berbagai sektor, termasuk pemerintahan. Dalam hal ini, melahirkan konsep yang dinamakan *Smart Governance* (Pemerintahan Cerdas). Ini merupakan suatu sistem tata kelola pemerintahan yang berfokus pada transformasi pola birokrasi dengan transisi yang awalnya masih tradisional berubah menjadi lebih komunikatif, cepat, efisien, efektif, dan akan terus melakukan perbaikan secara berkala dengan memanfaatkan TIK. Dalam *Smart Governance*, terdapat tiga elemen inti dalam tata kelolanya yaitu terdiri dari pelayanan (*service*), birokrasi (*bureaucracy*) dan kebijakan (*policy*) (Agata et al., 2025).

Smart Governance tidak bisa berdiri sendiri, ia membutuhkan ekosistem digital dan sistem pendukung yang terwujud dalam bentuk *Smart City* dan *Smart Province* sebagai fondasi utama. Tanpa keberadaan ekosistem *Smart City* dan *Smart Province*, *Smart Governance* hanya menjadi konsep tanpa sarana implementasi. Keduanya menyediakan infrastruktur, teknologi, data, dan lingkungan kolaboratif yang memungkinkan tata kelola pemerintahan menjadi lebih efisien, terbuka, responsif dan partisipatif (Lubis et al., 2024).

Smart City dan *Smart Province* menjadi strategi utama dalam menjawab tantangan dalam menghadapi tuntutan masyarakat terbaru yang menginginkan pelayanan publik yang cepat, mudah diakses, dan berbasis data. Bahkan penerapannya sudah dilakukan oleh berbagai negara di dunia yang bisa dijadikan sebagai gambaran atau contoh konkret untuk negara lain berkembang. Contoh beberapa kota di dunia yang telah menerapkan konsep ini yaitu Seoul, Singapura, Toronto, dan New York (Handayani, 2021).

Di Indonesia, penerapan *Smart City* sendiri sudah diperkenalkan sejak tahun 2014 sebagai respon terhadap kebutuhan kota-kota besar akan solusi berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan publik dan efisiensi pemerintahan. Beberapa kota seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya, mulai mengembangkan inisiatif *Smart City* secara mandiri (Salwa, 2024).

Melihat hal itu, pada tahun 2017 program sistematis “Gerakan Menuju 100 *Smart City*” dikembangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Bertujuan untuk mendorong kota/kabupaten dalam mengembangkan konsep sesuai kebutuhan dan karakteristik wilayah masing-masing. Dalam pelaksanaannya, program ini melibatkan berbagai kementerian dan lembaga, serta menyediakan pendampingan bagi daerah terpilih untuk merancang dan mengimplementasikan strategi *Smart City* yang sesuai dengan karakteristik lokal (National Geographic Indonesia, 2019).

Seiring dengan kebutuhan integrasi antar wilayah, muncul konsep *Smart Province* di Indonesia yaitu pengelolaan daerah secara cerdas di tingkat provinsi. Dengan tujuan untuk mengintegrasikan berbagai kota/kabupaten

dalam satu sistem digital dan memperkuat tata kelola lintas sektor dan wilayah. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Barat menjadi dua provinsi di Indonesia yang mengikuti “Gerakan Menuju *Smart Province* 2023”. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Provinsi Jawa Barat dinilai berhasil menyusun rencana induk atau *masterplan* berbasis kota cerdas level provinsi (Maulia, 2023).

Pada tahun 2023, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah mencapai keberhasilan dari program *Smart Province* atau yang sering disebut sebagai Program Jogja Smart Province (JSP). Program ini adalah salah satu program prioritas dari Sri Sultan Hamengku Buwono X, Gubernur DIY, sejak tahun 2017 yang dikembangkan untuk menjawab tantangan dalam menuntaskan berbagai permasalahan daerah. Hal ini mengacu pada “Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Pemerintah Daerah DIY 2017-2022” dan dilatarbelakangi dari pemberlakuan “Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik” (Jehamun, 2023). Program Jogja Smart Province (JSP) ini berguna untuk mengoptimalkan kualitas SDM, perekonomian, kebudayaan, keunikan daerah, dan tata kelola yang baik bagi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Di mana, secara regulasi juga tertuang pada “Peraturan Gubernur (Pergub) DIY Nomor 46 Tahun 2019 tentang Rencana Aksi Daerah Jogja Smart Province Tahun 2019-2023”.

Tentang kesuksesan Program Jogja Smart Province, perlu dicatat bahwa hingga tahun 2023, program ini telah berhasil menciptakan *Security Operation Center*, Jaringan Intrapemerintah Daerah, dan layanan publik terintegrasi yang inovatif. Indikator keberhasilan ini tampak jelas dari berbagai capaian, termasuk indeks akuntabilitas kinerja instansi pemerintahan dengan predikat AA, indeks reformasi birokrasi DIY berpredikat A, keterbukaan informasi publik pada kluster SPBE atau Sistem Pemerintahan berbasis Elektronik dengan kategori baik, dan raihan indeks keamanan informasi terbaik di seluruh Indonesia (Hakim, 2023). Dimana pengukuran dilakukan kepada instansi pusat maupun daerah menggunakan empat puluh tujuh (47) indikator oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPAN-RB) Republik Indonesia. Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) meraih predikat memuaskan dengan nilai memuaskan dengan nilai indeks 4,22 (Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, 2024).

Gambar 1. Nilai Evaluasi SPBE Kemenpan-RB tahun 2023

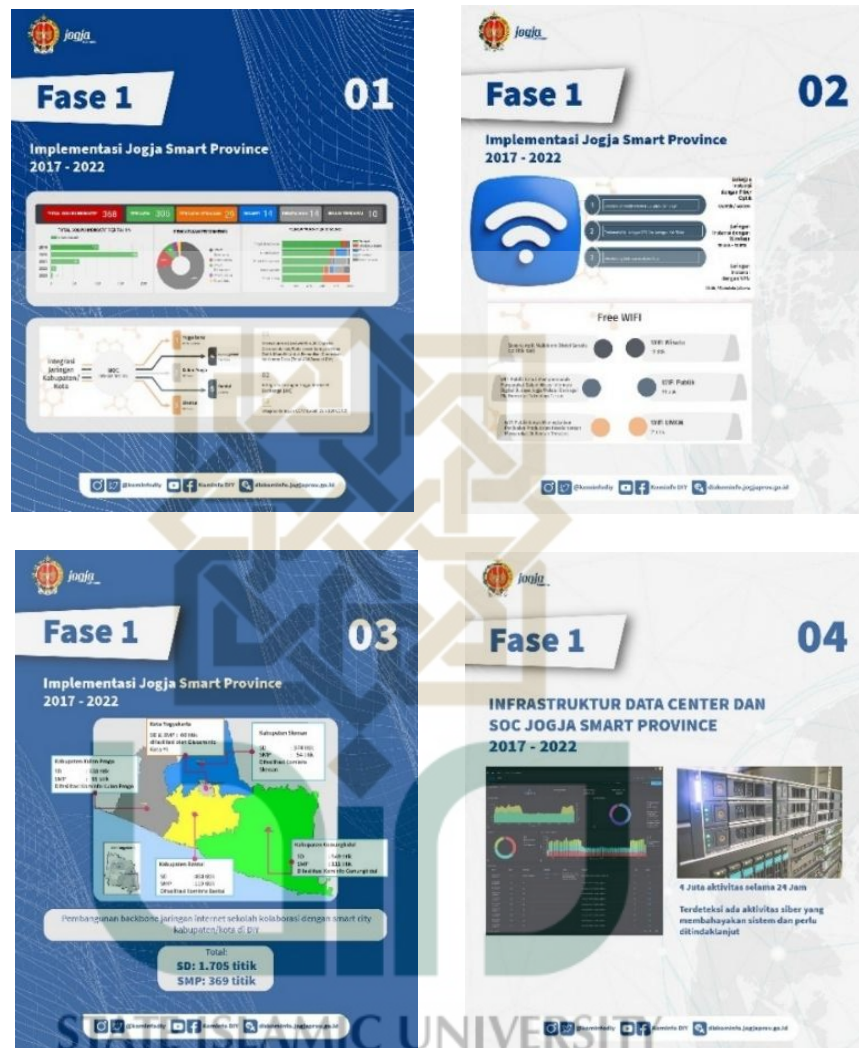


Sumber : Website Diskominfo DIY

Karena keberhasilan yang ada pada Program Jogja Smart Province (JSP), program dikembangkan secara lanjut. Pengembangan ini telah memasuki fase 2 atau Program Jogja Smart Province (JSP) 2.0 yang diatur pada “Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 32 Tahun 2024 tentang Rencana Induk Jogja Smart Province Tahun 2024-2028”. Pada fase kedua, Program Jogja Smart Province (JSP) akan mempercepat transformasi spasial. Ini akan dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan berfokus pada tema “Harmonisasi Manusia dan Teknologi” (Anwar, 2023).

Capaian kerja program Jogja Smart Province (JSP) selama periode 2017 hingga 2022 ini disebut sebagai fase 1. Dalam Program Jogja Smart Province (JSP) fase 1 disebutkan bahwa jumlahnya sebanyak 305 dari total 368 solusi indikatif yang terlaksana di 5 dimensi di antaranya *Smart Governance*, *Smart Society*, *Smart Environment*, *Smart Culture*, dan *Smart Living*. Dilihat berdasarkan dimensi, dimensi *Smart Governance* menempati pencapaian tertinggi di mana sebanyak 80% solusi indikatif tercapai. Selain itu, Pemerintah DIY juga mengembangkan infrastruktur untuk mendukung implementasi program Jogja Smart Province (JSP). Fasilitas tersebut meliputi jaringan instansi dan wifi publik. Serta, dilengkapi dan didukung dengan *data center* yang sudah bersertifikasi ISO 27001, di mana dilengkapi dengan sistem manajemen keamanan informasi berstandar internasional (Humas Kominfo DIY, 2023).

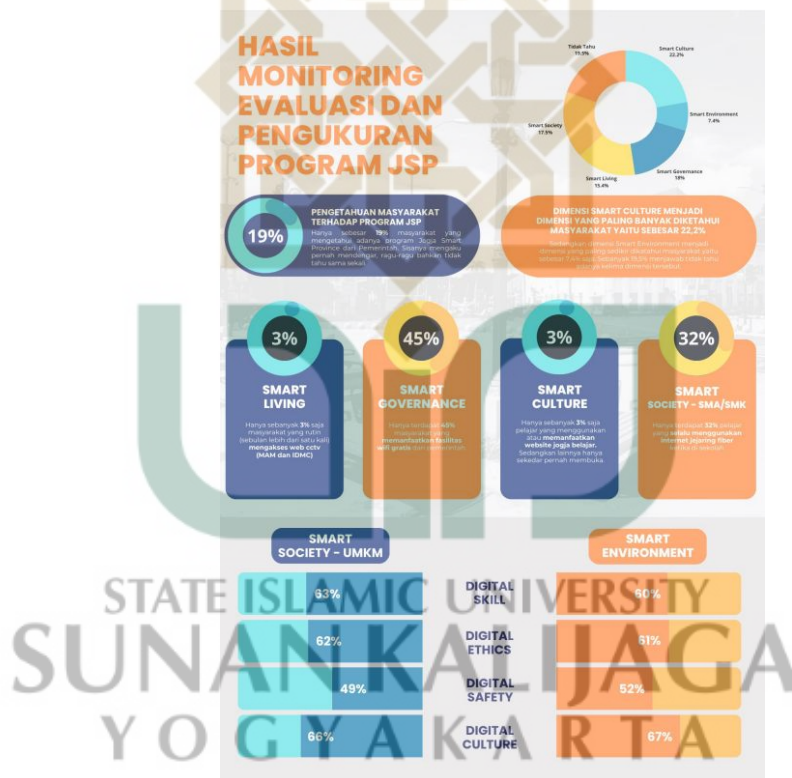
Gambar 2. Capaian Jogja Smart Province (JSP)



Sumber: Instagram Resmi Diskominfo DIY @kominfodiy

Dalam perjalanan mencapai itu semua dalam Program Jogja Smart Province (JSP), tentu tidak mudah dalam pelaksanaannya terutama dalam hal penyaluran atau penyebaran informasi kepada publik dan masyarakat umum. Di era informasi yang serba cepat ini, program berbasis teknologi tidak jarang dihadapkan pada berbagai tantangan komunikasi publik yang menyebabkan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat masih relatif rendah. Di mana temuan awal dari penelitian ini, berdasarkan data yang didapatkan dari laporan

Gambar 3. Hasil Monitoring Evaluasi & Pengukuran Program JSP



Ketidakefektifan dalam pengelolaan komunikasi publik berpotensi memperbesar kesenjangan informasi dan membentuk persepsi negatif masyarakat. Maka dari itu, *media relations* dibutuhkan sebagai instrumen

strategis bagi pemerintah dalam membangun pemahaman publik, serta memperkuat citra program di mata masyarakat.

Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY), sebagai instansi yang bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi publik, memainkan peran sentral dalam mendukung keberhasilan Program Jogja Smart Province (JSP) melalui strategi *media relations* yang efektif. Selain itu, proses *media relations* harus sesuai dengan informasi yang sesuai sebagai informasi untuk masyarakat. Di mana prinsip pengelolaan komunikasi publik dengan *media relations* ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an yaitu pada Q.S. Al-Hujurat/49 ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا

فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu" (Al-Qur'an Dan Terjemahan, 2016).

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam konteks komunikasi publik, terutama dalam penyampaian informasi yang berkembang di masyarakat, prinsip "tabayyun" atau klarifikasi informasi menjadi sangat penting. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 6, Allah SWT memerintahkan untuk memeriksa kebenaran informasi yang diterima agar tidak terjadi kesalahpahaman atau fitnah di tengah masyarakat. Dalam implementasi Program Jogja Smart Province (JSP), pengelolaan *media relations* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY)

menjadi bagian penting dari upaya tabayyun tersebut, guna menjamin akurasi informasi bagi masyarakat, terpercaya, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY) dmengelola *media relations* Program Jogja Smart Province (JSP) dalam meraih keberhasilannya selama fase 1 sehingga dapat melanjutkan pengembangan hingga ke fase 2 program Jogja Smart Province (JSP). Disamping itu, peneliti juga tertarik meneliti topik ini karena masih minimnya penelitian akademik yang secara khusus mengkaji bagaimana *media relations* diterapkan dalam program Jogja Smart Province (JSP). Karena, sebagian besar kajian terdahulu yang diperoleh dari peneliti lebih menitikberatkan pada implementasi teknis program *Smart City* atau *Smart Province* saja tanpa mengulas secara mendalam aspek strategis komunikasi dan pengelolaan isu di media.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana *media relations* dilaksanakan oleh Diskominfo DIY dalam mendukung keberhasilan Program Jogja Smart Province (JSP). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang *media relations* di sektor publik, maupun secara praktis bagi optimalisasi strategi komunikasi pemerintah daerah di era digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana *media relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan pengetahuan publik mengenai Program Jogja Smart Province (JSP)?”.

C. Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan masalah, tujuan penelitian yang didapatkan untuk meneliti kajian ini yaitu “Menganalisis *media relations* yang dilakukan oleh Diskominfo DIY dalam upaya meningkatkan pengetahuan publik mengenai Program Jogja Smart Province (JSP)?”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan Ilmu Komunikasi terutama dalam bidang *media relations* di sektor publik yang dilakukan oleh Diskominfo DIY sebagai media informasi program Jogja Smart Province (JSP).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan *media relations* terutama terkait program Jogja Smart Province (JSP), serta memberikan masukan bagi instansi yang lain dalam menjalankan program *Smart City* agar lebih siap dalam menghadapi publik.

3. Manfaat Sosial

Selain manfaat teoritis dan manfaat praktis, terdapat manfaat sosial yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang program Jogja Smart Province (JSP) melalui informasi yang akurat dan mudah diakses, sehingga dapat mendukung keterlibatan masyarakat dalam program tersebut.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian terkait, peneliti menggunakan beberapa rujukan penelitian terdahulu. Rujukan dipakai guna mempermudah dan melihat suatu persamaan, perbedaan, hingga hasil yang didapatkan dari penelitian sebelumnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan:

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul Penelitian	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Afifatur Rohimah, Yunita Ardilla, Moh. Khoirul Anam	<i>Media Relations Strategy in Promoting Destination of Kutang Beach of Lamongan District, Indonesia (2021)</i>	<i>Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication, Vol. 3, No. 1, 2021</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan teori media relations dengan daftar aktivitas yang serupa (<i>Press Release, Press Conference, Press Tour, Special Event, Press Briefing, Press Luncheon, dan Press Interview</i>). - Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini meneliti promosi pariwisata oleh organisasi pemuda lokal (<i>karang taruna</i>). - Fokus jurnal ini pada promosi destinasi wisata. - Subjek penelitiannya adalah pada tingkat lokal (desa/kabupaten) 	<p>Penelitian ini menganalisis strategi hubungan media untuk mempromosikan Pantai Kutang di Lamongan, menemukan bahwa hubungan media adalah kunci dalam pengembangannya. Aktivitas yang paling mendominasi adalah acara khusus (<i>special event</i>), yang dianggap efektif meski sederhana. Namun, kegiatan seperti kunjungan pers (<i>press tour</i>) dan jamuan makan pers (<i>press luncheon</i>) belum maksimal karena keterbatasan dana dan kurangnya pengetahuan tentang PR.</p>

2	Melbia Tiara Puspa, Rila Setyaningsih, Erlika Yusfiarista	<i>Cyber Public Relations of the Department of Communication and Informations (DISKOMINFO) of Kuningan Regency in Information Management and Public Communication to Achieve Good Governace</i> (2025)	<i>Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS), Vol. 4, No.2</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti peran Diskominfo dalam pengelolaan komunikasi publik di tingkat pemerintah daerah. - Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. - Menyoroti pentingnya Diskominfo dalam memenuhi kebutuhan informasi publik. - Membahas upaya pemerintah daerah untuk mencapai <i>good governance</i> melalui komunikasi dan informasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus pada <i>Cyber Public Relations</i> secara spesifik dan jenis-jenisnya (e-mail, e-magazine, blog, website, multimedia) - Subjek penelitian adalah Diskominfo Kuningan Regency - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana <i>cyber public relations</i> dalam manajemen informasi dan komunikasi publik untuk mencapai <i>Good Governance</i>. 	Diskominfo Kuningan Regency memanfaatkan e-mail, website, dan multimedia (Instagram dan YouTube) untuk <i>Cyber Public Relations</i> . E-mail digunakan untuk identitas digital, namun kurang optimal untuk aspirasi publik. E-magazine dan blog tidak digunakan karena kendala anggaran dan sumber daya. Tiga website dikelola proaktif untuk informasi dan keluhan, menunjukkan responsivitas pemerintah. Instagram dan YouTube aktif digunakan untuk menyebarkan informasi kreatif dan interaktif, membantu mencapai transparansi dan partisipasi publik dalam <i>good governance</i> .
3	Fitrah Fasyanabilla Lotan, Choirul Fajri	<i>Communication Strategy of Dinas Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta in Socializing Jogja Smart Province Program Amongst the Jogjakarta Society</i> (2020)	<i>Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 423, 2nd International Media Conference 2019 (IMC 2019)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian yaitu Diskominfo DIY - Objek penelitian yaitu Sosialisasi Program Jogja Smart Province. - Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. - Menyebutkan penggunaan media konvensional (radio, TV, cetak) dan media baru/internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus jurnal pada strategi komunikasi secara umum, bukan secara spesifik <i>media relations</i>. - Periode penelitian yaitu 2019 - Jurnal ini membahas sosialisasi langsung (<i>face-to-face</i>) seperti <i>roadshow</i> dan kontes, yang mungkin tidak menjadi fokus utama aktivitas <i>media relations</i>. 	Diskominfo DIY mempromosikan program "Jogja Smart Province" melalui strategi komunikasi langsung (seperti <i>roadshow</i> dan kontes untuk kaum muda) dan tidak langsung. Meskipun pemilihan media sudah disesuaikan dengan target audiens, promosi di media sosial dan kolaborasi dengan institusi pendidikan masih perlu ditingkatkan. Aplikasi "Jogja Istimewa" juga kurang populer karena sosialisasi yang tidak intensif. Secara keseluruhan, strategi komunikasi ini dinilai

						efektif dalam membangun kepercayaan publik, namun optimalisasinya harus ditingkatkan, terutama dalam pemanfaatan media digital.
4	Raden Tsaniah Addarar i Wahyu Kinasih, Aswad Ishak	<i>Media Relations Activity of Daerah Istimewa Yogyakarta Regional Government Public Relations in Fostering Good Relations with The Mass Media</i> (2024)	<i>Proceeding Jogjakarta Communication Conference, Volume 3, No 1, pp. 360-366</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian sama: Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). - Fokus pada aktivitas <i>media relation</i> pemerintah daerah. - Menggunakan metode penelitian kualitatif. - Menyoroti pentingnya membangun hubungan baik dengan media untuk diseminasi informasi dan persepsi publik. - Membahas penggunaan berbagai media (online, cetak, TV, radio). - Membahas aspek transparansi informasi dan aksesibilitas bagi jurnalis 	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus jurnal ini adalah pada bagaimana Humas Pemda DIY membina hubungan baik dengan media secara umum, dengan penekanan pada pendekatan personal dan institusional, dan penggunaan <i>Early Warning System (EWS)</i>. - Menggunakan teori <i>media relations</i> Frank Jefkins. 	Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY) melalui Humasnya menerapkan strategi hubungan media yang komprehensif, menggabungkan pendekatan personal dan institusional. Mereka memandang jurnalis sebagai mitra dan mengutamakan keterbukaan informasi. Strategi ini mencakup kegiatan formal seperti konferensi pers dan press tour, serta pendekatan informal seperti hubungan personal dan penyediaan fasilitas di Media Center. Keberhasilan strategi ini terlihat dari sedikitnya berita yang berlawanan dan seringnya kunjungan jurnalis. Hubungan baik yang terjalin juga berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk mengevaluasi dampak kebijakan. Secara keseluruhan, media relations Pemda DIY dinilai berhasil meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik tanpa mengorbankan integritas media.

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Konsep *Smart Governance*

Konsep *Smart Governance* muncul sebagai respons terhadap kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, partisipasi publik, dan keberlanjutan dalam tata kelola pemerintahan. *Smart governance* adalah pendekatan yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan pemerintahan yang lebih responsif dan inklusif, dengan tujuan akhir meningkatkan kualitas hidup warga negara. Dalam buku referensi “*Smart Governance: Integrasi teknologi Informasi untuk Tata Kelola Pemerintahan Berkelanjutan*” oleh Sandi Lubis tahun 2024, *smart governance* didefinisikan sebagai konsep yang mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ke dalam tata kelola pemerintahan. Tujuannya adalah mencapai efisiensi, transparansi, inklusivitas, dan responsivitas yang lebih tinggi. Konsep ini tidak hanya tentang digitalisasi layanan publik, tetapi juga transformasi menyeluruh tata kelola pemerintah melalui pemanfaatan teknologi canggih. Ini mencakup dukungan untuk pembuatan kebijakan, pelaksanaan, dan evaluasi yang lebih efektif (Lubis et al., 2024).

Meskipun sering dikaitkan dengan *smart city*, *smart governance* memiliki cakupan yang lebih luas, meliputi berbagai aspek pemerintahan. Definisi ini juga mencakup pengelolaan cerdas sumber daya publik dengan memanfaatkan data besar (*big data*), kecerdasan buatan (AI), dan *Internet of*

Things (IoT). Dengan pemanfaatan data yang optimal, pemerintah dapat mengambil keputusan yang lebih tepat waktu dan berbasis bukti, serta lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Konsep *Smart governance* diterapkan dalam berbagai bidang di pemerintahan, seperti perencanaan pembangunan, manajemen sumber daya manusia, keuangan, pengawasan, dan pelayanan publik. Beberapa contoh penerapan *smart governance* dalam (Sodikul, 2023) yaitu:

- a. *E-government*: Pemerintah dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempercepat dan mempermudah proses administrasi publik, seperti pelayanan publik, pengarsipan, dan komunikasi dengan masyarakat.
- b. Pengambilan Keputusan Berbasis Data: Pemerintah dapat memanfaatkan data yang terkumpul dari berbagai sumber untuk membuat keputusan yang lebih akurat dan efektif. Hal ini dapat membantu pemerintah dalam melakukan perencanaan pembangunan dan pengawasan program pemerintah.
- c. Pembangunan *Smart City*: Konsep *smart governance* dapat diterapkan dalam pembangunan *smart city*, di mana teknologi informasi dan komunikasi digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan efisiensi pemerintahan dalam penyelenggaraan layanan publik.

2. *Media Relations*

a. *Pengertian Media Relations*

Dalam buku “Media Relations: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen” tahun 2022, dipahami sebagai kegiatan yang dimaksudkan untuk membangun komunikasi antara korporasi dan media. *Media Relations* pada dasarnya adalah korporasi yang mendapatkan publisitas dari media. Selain itu, didefinisikan juga sebagai hubungan yang sistematis, terencana, terarah, dan saling menguntungkan antara praktisi *public relations* dengan perusahaan media, khususnya jurnalis (Syahputra, 2022).

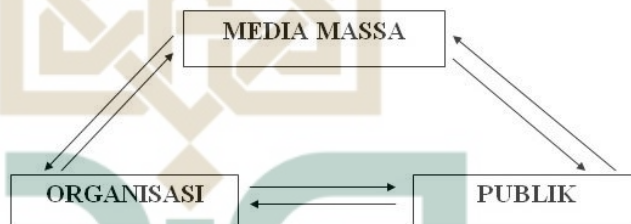
Dalam melakukan kegiatan *media relations*, sebuah perusahaan atau organisasi perlu menciptakan dan membina hubungan yang baik dengan media massa guna memudahkan akses dalam penyebarluasan informasi ataupun promosi. Karena pada dasarnya, menjangkau khalayak publik yang lebih luas adalah kebutuhan setiap perusahaan atau organisasi untuk memberitakan suatu kegiatan atau acara. Sehingga menjalin relasi dengan media memiliki nilai lebih dalam menarik perhatian publik, dibandingkan hanya mempublikasikan kegiatan atau acara dalam lingkup perusahaan atau organisasi saja.

Bahkan menurut salah satu mantan *Public Relations Officer* (PRO) di sebuah Universitas Wisconsin-River Fall, Barbara Averill (Iriantara, 2011) menjelaskan bahwa *media relations* hanyalah salah satu bagian kecil dari

Public Relations, namun dapat dijadikan sebagai senjata utama dalam aktivitas *public relations* karena memiliki sifat yang efektif dan efisien dalam upaya publisitas, karena dalam menyusun pesan dapat menjadi sebuah langkah yang besar menuju keberhasilan dari program *public relations*.

Jika digambarkan arus komunikasi dalam praktik *media relations* secara sederhana seperti gambar dibawah ini:

Gambar 4. Arus Komunikasi dalam Media Relations



Sumber: (Iriantara, 2011)

b. Tujuan dan Manfaat *Media Relations*

Dalam buku “*Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*” milik Diah Wardhani, dijabarkan tujuan *media relations* yaitu:

- 1) Mendapatkan publisitas luas agar kegiatan dan langkah organisasi diketahui publik secara lebih baik.
- 2) Memastikan liputan media yang positif, termasuk ulasan dan tajuk, yang menguntungkan organisasi.
- 3) Memperoleh *feedback* dari masyarakat mengenai kegiatan organisasi.

- 4) Membangun pemahaman bersama tentang tugas dan tanggung jawab organisasi serta media massa.
- 5) Menyampaikan informasi kepada publik secara akurat, jujur, dan mencerahkan (Wardhani, 2008).

Selain itu, dalam bukunya juga dijelaskan beberapa manfaat dari *media relations* yang dapat dirasakan yaitu:

- 1) Memperkuat pemahaman mendalam mengenai fungsi serta kewajiban organisasi dan media massa.
- 2) Menciptakan hubungan saling percaya yang didasari pada prinsip kejujuran dan kredibilitas.
- 3) Memastikan distribusi informasi yang presisi, faktual, dan berdaya pencerah bagi khalayak luas.

c. Peran *Media Relations*

Media relations memiliki beberapa peran yang dijabarkan sebagai berikut ini:

- 1) Bertindak sebagai sumber informasi terpercaya bagi masyarakat luas.
- 2) Menyampaikan materi yang inspiratif dan sarat nilai edukasi.
- 3) Memastikan pengawasan yang ketat terhadap sistem yang berjalan.
- 4) Mengembangkan kemitraan yang solid dan selaras antara organisasi dan media massa.

d. Aktivitas *Media Relations*

Untuk membangun hubungan yang baik dengan para awak media, maka aktivitas yang umumnya dilakukan oleh *public relations* yaitu melakukan *media relations*. Menurut Soemirat dan Ardianto, kegiatan tersebut terdiri dari (Soemirat & Ardianto, 2004):

1) *Press Conference* (Konferensi Pers)

Informasi tersebut disampaikan serentak oleh pihak pemerintah atau swasta kepada sejumlah besar wartawan, bahkan bisa mencapai ratusan orang sekaligus.

2) *Pers Briefing* (Sesi Informasi/Taklimat Pers)

Informasi yang diberikan berasal dari diselenggaranya acara secara reguler oleh pejabat Humas. Informasi-informasi yang disampaikan yaitu acara pers baru saja terjadi.

3) *Press Tour* (Kunjungan Pers)

Kegiatan yang digelar oleh Humas dengan melakukan kunjungan ke daerah tertentu dengan mengikutsertakan media massa.

4) *Press Release* (Siaran Pers)

Siaran Pers digunakan dalam penyebaran berita mengenai kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi dalam bentuk publisitas.

5) *Special Event* (Acara Khusus)

Peristiwa khusus yang diselenggarakan oleh Humas yang sifatnya penting untuk memuaskan berbagai pihak guna meningkatkan pengetahuan sekaligus memenuhi selera politik.

6) *Press Luncheon* (Jamuan Makan dengan Pers)

Kegiatan yang dilakukan oleh pejabat Humas dalam bentuk jamuan makan siang bagi para awak media dan organisasi sebagai perwakilan.

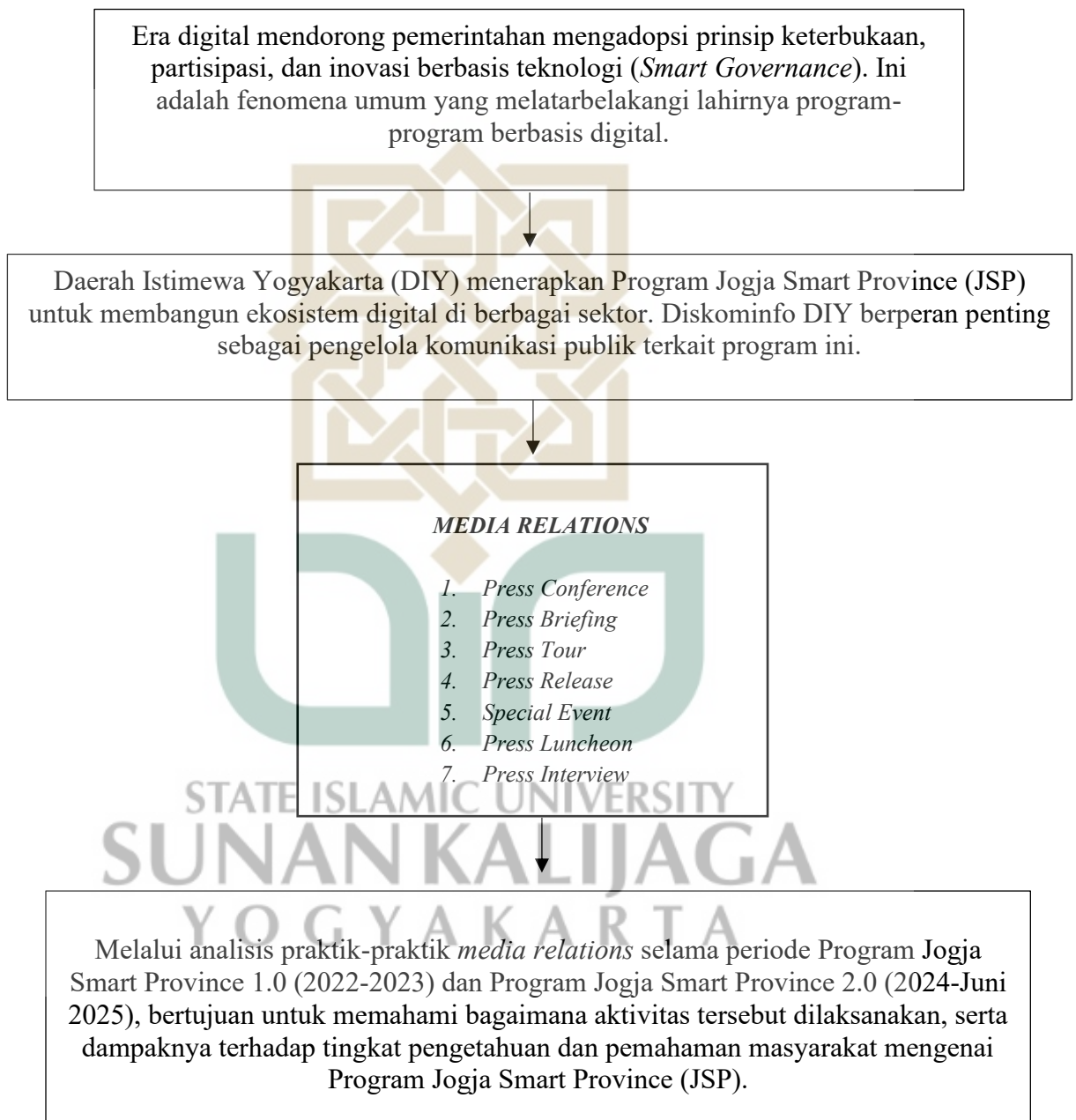
7) *Press Interview* (Wawancara Pers)

Wawancara pers yaitu wawancara yang sifatnya pribadi dan individu. Biasanya Humas berhadapan langsung dengan wartawan terkait untuk diwawancarai mengenai suatu hal.

Dengan demikian, berbagai aktivitas *media relations* ini berfungsi sebagai mekanisme utama bagi organisasi untuk menyampaikan pesan-pesan penting. Dalam konteks pemerintahan daerah seperti Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta, penerapan *media relations* secara strategis menjadi krusial untuk memastikan bahwa informasi mengenai program-program seperti Jogja Smart Province (JSP) dapat disosialisasikan secara luas, akurat, dan efektif kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman publik secara optimal.

G. Kerangka Berpikir

Tabel 2. Kerangka Berpikir



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut buku “Metode Penelitian Kualitatif”, metode ini bertujuan memahami fenomena secara holistik, seperti pengalaman, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek penelitian. Pendekatan deskriptif ini mengandalkan analisis berbasis kata dan bahasa, dilakukan dalam konteks alamiah subjek, dan didukung oleh berbagai instrumen penelitian ilmiah (Fiantika et al., 2022).

Penelitian deskriptif adalah pendekatan ilmiah yang berupaya menggambarkan suatu kondisi atau fenomena secara rinci dan sistematis. Studi ini berfokus pada pertanyaan "apa," "di mana," "kapan," dan "bagaimana," namun tidak membahas "mengapa." Dalam pelaksanaannya, peneliti tidak memanipulasi variabel, melainkan hanya mengamati dan mencatat data yang ditemukan secara faktual, berbeda dengan metode eksperimental (Fiantika et al., 2022).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah batasan yang membantu peneliti menentukan benda atau orang yang akan menjadi fokus utama variabel penelitian mereka (Arikunto, 2018).

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah pihak internal Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) DIY sebagai informan atau sumber utama dalam *media relations* terkait Program Jogja Smart Province (JSP).

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah kegiatan atau hal yang dipilih peneliti untuk dipelajari lebih dalam, dari mana nantinya kesimpulan akan ditarik (Sugiyono, 2020).

Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah proses *media relations* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Daerah Istimewa Yogyakarta dalam rangka meningkatkan pengetahuan publik terhadap Program Jogja Smart Province (JSP). Objek penelitian ini dibagi oleh peneliti menjadi dua (2) periode: Program Jogja Smart Province 1.0 terkhusus pada dua tahun akhir yaitu Periode 2022-2023, dan Program Jogja Smart Province 2.0 yang telah dijanjikan yaitu pada Periode 2024-Juni 2025.

3. Sumber Data

Menurut Sugiyono, terdapat dua sumber data yang dapat dipakai untuk meneliti sebuah penelitian, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder dengan penjelasan sebagai berikut ini :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya oleh pengumpul data (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, data primer didapatkan melalui wawancara langsung dengan subjek penelitian dan observasi di lapangan, yang kemudian dicatat sebagai hasil wawancara dan pengamatan. Di mana data primer dalam penelitian ini yaitu dengan pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY).

b. Data Sekunder

Data sekunder menurut (Sugiyono, 2020), adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan melalui pihak lain atau dokumen. Sumber data ini berfungsi mendukung informasi dari data primer, dan bisa didapatkan dari bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, laporan kegiatan, dan sejenisnya. Di mana data sekunder pada penelitian ini adalah unggahan Program Jogja Smart Province (JSP) dalam website ataupun Instagram oleh Diskominfo DIY.

4. Metode Pengumpulan Data

A. Wawancara

Dalam buku “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, pengertian wawancara didefinisikan sebagai sebuah pertemuan antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk saling bertukar informasi dan

gagasan. Melalui proses tanya jawab, makna dari suatu topik dapat dikonstruksikan. Proses ini dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, serta bisa dilakukan secara langsung atau jarak jauh (Sugiyono, 2020).

Peneliti akan turun lapangan untuk melakukan wawancara langsung dan menyiapkan beberapa list pertanyaan untuk ditanyakan yang berhubungan dengan penelitian.

B. Dokumentasi

Dalam konteks penelitian, Sugiyono menjelaskan bahwa dokumentasi adalah cara mendapatkan data dan informasi dari beragam sumber yang telah ada. Sumber-sumber tersebut dapat berupa buku, arsip, dokumen, data tertulis atau angka, serta laporan dan keterangan relevan lainnya yang esensial untuk mendukung validitas penelitian (Sugiyono, 2020).

Dalama penelitian, informasi yang dikumpulkan oleh peneliti bersumber dari dokumen atau data terkait Program Jogja Smart Province (JSP) selama periode 2022-2023 untuk Jogja Smart Province 1.0 dan periode 2024-Juni 2025 untuk Jogja Smart Province 2.0.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data menurut Miles dan Huberman (1992) dalam (Hardani et al., 2020) dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan.

Alur tersebut dibagi menjadi tiga (3) yaitu sebagai berikut ini:

A. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data yang berasal dari catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus-menerus sepanjang pengumpulan data, bahkan sudah terlihat sejak perumusan kerangka konseptual, penentuan wilayah dan permasalahan penelitian, hingga pemilihan pendekatan dan metode pengumpulan data. Setelah reduksi data dilakukan, tahap selanjutnya adalah membuat ringkasan, mengkodekan, menelusuri tema, membentuk gugus-gugus, membuat catatan kaki, hingga penulisan laporan akhir penelitian.

B. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses penataan informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcard*, dan lain-lain. Penyajian data ini mempermudah identifikasi situasi, serta perencanaan langkah ke depan berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh.

C. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Dalam tahapan ini, disebutkan bahwa pada tahap simpulan awal masih bersifat sementara, jadi dapat berubah jika terdapat bukti kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila simpulan yang ditemukan tersebut sudah didukung dengan bukti-bukti valid dan konsisten saat diteliti oleh peneliti saat kembali ke lapangan dalam mengumpulkan data, maka dapat disimpulkan bahwa simpulan tersebut kredibel.

6. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data memerlukan upaya untuk memperdalam data yang ada untuk dilakukan pengumpulan data. Maka dari itu, diperlukan teknik yang tepat untuk mendukung dan membuktikan hal tersebut. Untuk memperolehnya, penelitian ini menggunakan Triangulasi.

Triangulasi adalah metode analisis data yang memadukan informasi dari beragam sumber untuk memverifikasi dan memperkuat data yang ada. Menurut *Institute of Global Tech*, tujuannya adalah memperkuat interpretasi, serta meningkatkan kualitas kebijakan dan program. Proses ini melibatkan pengujian informasi dengan mengumpulkan data melalui berbagai metode, oleh kelompok yang berbeda, dan dari populasi yang beragam. Dengan demikian, triangulasi dapat menunjukkan konsistensi data lintas sumber, mengurangi potensi bias, dan menggabungkan informasi dari penelitian kuantitatif maupun kualitatif, termasuk masukan dari para ahli (Bachri, 2010).

Norman K. Denzin mendefinisikan triangulasi sebagai integrasi berbagai metode yang diaplikasikan untuk menyelidiki fenomena tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat dan menganalisis isu yang saling berhubungan dari berbagai sudut pandang dan perspektif, yang pada akhirnya bertujuan untuk memverifikasi temuan dan mencapai konvergensi data. Menurutnya, triangulasi dibedakan menjadi empat (4) jenis yaitu (Susanto et al., 2023) :

1. Triangulasi Metode/ Teknik: Triangulasi ini melibatkan penggunaan berbagai metode pengumpulan data (misalnya, wawancara, observasi, survei) untuk membandingkan informasi dan memverifikasi kebenarannya. Dalam upaya memperoleh kebenaran informasi, peneliti dapat memanfaatkan fleksibilitas metode pengumpulan data. Ini bisa dilakukan melalui wawancara (baik bebas maupun terstruktur), atau dengan mengombinasikan wawancara dan observasi untuk validasi. Penting juga untuk melakukan cross-check informasi dengan melibatkan informan yang beragam.
2. Triangulasi Antar-Peneliti : Metode ini melibatkan lebih dari satu peneliti dalam proses pengumpulan dan analisis data. Tujuannya adalah memperkaya pemahaman dan perspektif, tetapi penting untuk memastikan bahwa peneliti tambahan memiliki pengalaman relevan dan bebas dari konflik kepentingan untuk menghindari bias baru. Selain melalui wawancara dan observasi konvensional, peneliti dapat memperkaya data

dengan memanfaatkan berbagai sumber lain. Selain itu, dokumentasi historis dan kontemporer juga sangat berguna, seperti dokumen tertulis, arsip, catatan sejarah, rekam resmi, tulisan pribadi, atau materi visual berupa gambar dan foto, yang semuanya dapat memberikan perspektif yang berbeda dan memperkuat temuan penelitian.

3. Triangulasi Sumber : Triangulasi ini berfokus pada perolehan data dari berbagai informan atau sumber yang berbeda mengenai topik yang sama. Data dari berbagai sumber kemudian digambarkan, dikategorikan, dan dievaluasi untuk meningkatkan kredibilitas (Alfansyur & Mariyani, 2020).
4. Triangulasi Teori : Triangulasi dalam riset dilakukan dengan mengkomparasikan hasil temuan dengan teori-teori terkait. Ini berfungsi untuk mengurangi bias subjektif dan memperkaya pemahaman peneliti. Ini merupakan tahap yang menantang karena memerlukan keahlian dan penilaian mendalam dari peneliti. (Rahardjo, 2010).

Berdasarkan empat (4) jenis triangulasi yang telah dipaparkan tersebut, penelitian ini secara spesifik akan mengaplikasikan Triangulasi Sumber. Pendekatan ini dianggap paling relevan dan efektif untuk mencapai keabsahan data, mengingat karakteristik triangulasi sumber, yaitu untuk memperoleh data dari perspektif yang berbeda namun saling melengkapi mengenai fenomena yang sama. Di mana dalam penelitian ini akan menganalisis hal yang sama yakni mengenai praktik *media relations* Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan pengetahuan publik mengenai Program Jogja

Smart Province (JSP). Di mana narasumber utama penelitian yaitu Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Diskominfo DIY dan Bidang Aplikasi Informatika (APTIKA) Diskominfo DIY, serta data pendukung dari *website* atau laman resmi Diskominfo DIY, akun Instagram @kominfodiy dan akun Instagram @jogjasmartprovince. Setelah itu semua data yang diperoleh dalam penelitian akan di validasi oleh pihak Humas Pemerintah DIY (dibawah Diskominfo DIY) sebagai pihak yang memvalidasi data dalam penelitian ini.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mendalam terhadap praktik *media relations* Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mensosialisasikan Program Jogja Smart Province dalam fase 1 ataupun 2, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting yang menguraikan strategi komunikasi yang diterapkan dan dampaknya. Pertama, strategi Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta sangat terfokus pada komunikasi yang berorientasi pada kegiatan. Pemanfaatan *press release* dan *special event* memang telah menjadi rutinitas, namun materi komunikasi yang dihasilkan cenderung merupakan dokumentasi atau laporan formal dari sebuah acara, bukan konten yang proaktif dirancang untuk mengedukasi dan membangun pemahaman publik secara mendalam. Pendekatan ini berhasil dalam mendokumentasikan kegiatan dan menghasilkan publisitas positif, tetapi memiliki keterbatasan dalam menjangkau dan mengubah pengetahuan masyarakat secara signifikan.

Kedua, penelitian ini secara tegas menunjukkan adanya keterbatasan yang signifikan dalam pemanfaatan saluran komunikasi yang lebih interaktif dan mendalam. Aktivitas *media relations* seperti *press conference*, *press briefing*,

press tour, dan *press interview* jarang atau bahkan tidak pernah dilaksanakan secara terencana. Ketiadaan kegiatan-kegiatan ini menghilangkan kesempatan bagi Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menyampaikan informasi yang rinci, komprehensif, dan kontekstual kepada media secara serentak. Akibatnya, media tidak memiliki akses yang memadai untuk mendapatkan latar belakang informasi yang kaya, yang pada gilirannya dapat membatasi kedalaman liputan mereka dan secara tidak langsung berkontribusi pada rendahnya pengetahuan publik tentang program tersebut.

Ketiga, meskipun Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai alat komunikasi, proses *monitoring* dan *evaluasi* untuk mengukur efektivitasnya belum berjalan secara optimal. Tanpa adanya sistem evaluasi yang terukur, sulit bagi Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan telah diterima, dipahami, dan menimbulkan perubahan pada tingkat pengetahuan masyarakat. Hal ini menciptakan celah besar antara upaya komunikasi yang dilakukan dengan dampak riil yang dihasilkan. Secara keseluruhan, praktik *media relations* yang cenderung reaktif, satu arah, dan kurang terukur ini menjadi faktor yang menjelaskan mengapa pengetahuan publik tentang Program Jogja Smart Province masih terindikasi rendah, sebagaimana yang ditemukan dalam penelitian ini.

B. Saran

Saran yang diajukan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu saran praktis untuk Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta dan saran teoretis untuk peneliti selanjutnya.

1. Saran untuk Diskominfo DIY :

Menanggapi kesimpulan yang telah diuraikan, Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta sangat disarankan untuk mengoptimalkan strategi *media relations* agar lebih memahami dan menerapkannya secara efektif dalam meningkatkan pengetahuan publik. Pertama, Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta perlu mulai merencanakan dan mengimplementasikan kegiatan *media relations* yang lebih interaktif dan proaktif. Hal ini dapat diwujudkan melalui penyelenggaraan konferensi pers atau *press briefing* secara berkala untuk mengumumkan pencapaian strategis atau menjelaskan aspek program yang kompleks, memberikan kesempatan bagi wartawan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam. Kedua, konten komunikasi, baik untuk *press release* maupun media sosial, perlu disusun dengan pendekatan yang lebih edukatif. Materi tidak hanya sebatas melaporkan kegiatan, tetapi harus dirancang untuk menjawab pertanyaan publik, menjelaskan manfaat program secara konkret, dan mengatasi kesalahpahaman yang mungkin ada. Ketiga, sangat penting untuk membangun dan menerapkan sistem *monitoring* dan *evaluasi* yang terukur terhadap aktivitas komunikasi, khususnya di media sosial. Dengan menganalisis metrik seperti *engagement rate* dan sentimen

publik, Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta dapat menilai dampak riil dari upaya komunikasinya dan menyesuaikan strategi agar lebih tepat sasaran. Terakhir, Diskominfo Daerah Istimewa Yogyakarta sebaiknya mengambil peran yang lebih proaktif dengan secara aktif menawarkan ide liputan yang mendalam kepada media, sehingga media dapat menjadi mitra strategis dalam mengedukasi dan membangun pemahaman publik secara lebih luas. *platform* sebagai kanal pemberitaan yang otentik dari JSP sendiri.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya :

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk kajian lebih lanjut. Bagi peneliti selanjutnya, terbuka ruang untuk melakukan penelitian kuantitatif mengenai persepsi publik terhadap program Jogja Smart Province, studi komparatif dengan provinsi percontohan lain untuk mengidentifikasi praktik terbaik, serta analisis resepsi audiens untuk memahami bagaimana pesan-pesan program dimaknai oleh berbagai segmen masyarakat. Kajian-kajian ini dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai efektivitas komunikasi pemerintah di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agata, B. Y. O. W. A., H, N. R., & M, D. G. (2025). Analisis Penerapan Smart Governance di Kota Madiun. *Journal of Politic and Government Studies*, 14(2).
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Al-Qur'an dan Terjemahan*. (2016). PT. SUARA AGUNG.
- Anwar, R. (2023, February 28). *Membanggakan, DIY Jadi Percontohan Smart Province*. Radio Republik Indonesia. <https://rri.co.id/ipitek/176130/membanggakan-diy-jadi-percontohan-smart-province>
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. (2024, January 13). *Pemda DIY Raih Predikat Memuaskan pada Evaluasi SPBE Tahun 2023*. Website Dinas Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://diskominfo.jogjaprovo.go.id/berita/detail/pemda-diy-raih-predikat-memuaskan-pada-evaluasi-spbe-tahun-2023>
- Fiantika, F. R., Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, Imam Mashudi, Nur Hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputri, Nuryami, & Lukman Waris.

(2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Hakim, L. (2023, July 12). *DIY menjadi daerah percontohan program provinsi cerdas*. Jogja Antara News. <https://jogja.antaranews.com/berita/623586/diy-menjadi-daerah-percontohan-program-provinsi-cerdas>

Handayani, M. T. (2021, September 9). *Mengenal smart city dan penerapannya di berbagai negara*. Ekrut Media. <https://www.ekrut.com/media/smart-city-adalah>

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

Humas Diskominfo DIY. (2025, February 12). *Sejarah Dinas*. Dinas Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://diskominfo.jogjaprovo.go.id/page/sejarah-dinas>

Humas Kominfo DIY. (2023, July 11). *Seberapa Jauh Capaian Jogja Smart Province*. https://www.instagram.com/p/CujgDE2LmOg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Iriantara, Y. (2011). *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Taktik*. Simbiosis Rekatama Media.

Jehamun, P. (2023, July 15). *Penyusunan Masterplan Jogja Smart Province DIY Dimulai*. Berita Bernas. <https://beritabernas.com/penyusunan-masterplan-jogja-smart-province-diy-dimulai/>

Lubis, S., Mustanir, A., Nonci, N., S., M., Nur, M., D., H. D., & Jabbar, A. (2024). *Smart Governance: Integrasi Teknologi Informasi untuk Tata Kelola Pemerintahan Berkelanjutan* (S. Lubis, Ed.; 1st ed.). Eureka Media Aksara.

Maulia, Y. (2023, December 13). *Jawa Barat dan Yogyakarta Menjadi Inisiator Gerakan Smart Province*. National Geographic Indonesia.

<https://nationalgeographic.grid.id/read/133969673/jawa-barat-dan-yogyakarta-menjadi-inisiator-gerakan-smart-province>

National Geographic Indonesia. (2019, November 12). *Gerakan Menuju 100 Smart City: Meneruskan Momentum Membangun Negeri*. National Geographic Indonesia.

<https://nationalgeographic.grid.id/read/131917212/gerakan-menuju-100-smart-city-meneruskan-momentum-membangun-negeri>

Rahardjo, M. (2010, October 15). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Salwa, N. D. K. (2024, October 17). *7 Kota di Indonesia yang Terapkan Smart City & Dampak positifnya*. Cloud Computing. <https://www.cloudcomputing.id/pengetahuan-dasar/7-smart-city-di-indonesia>

Saputra, H. A. (2025, March 1). *Dinas Komunikasi dan Informatika DIY*. Wiki Pemda DIY. <https://wiki.jogjaprovo.go.id/diskominfo>

Sodikul, E. (2023, April 27). *Smart Governance*. Delameta Bilano. <https://delameta.com/blog/smart-governance/>

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Simbiosia Rekatama Bandung.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.

Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.61104>

Syahputra, I. (2022). *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen* (Y. Srihayati, Ed.; 1st ed., Vol. 2). Rajawali Persada.

Wardhani, D. (2008). *Media Relations dalam Membangun Reputasi Organisasi*. Graha Ilmu.