

MANAJEMEN PUBLIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA BOGOR MELALUI MEDIA ONLINE DALAM MENDUKUNG PROGRAM BOGOR SMART CITY

¹Bening Tirtiana Dewi, ²Olly Aurora, S.I.Kom., MM
btirtianad@gmail.com, olly.aurora15@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRACT

Information and Communication Technology developing so fast. Technological advances make the swift flow of information through the media that can cause various impacts for people's lives. In addition, modern people's has high expectation of the city. Such as a comfortable living and working environment, adequate public areas, a more efficient and integrated transportation system, and other facilities. Then, the concept of smart city emerged. The strategy in supporting the smart City program in the city of Bogor through publications using a four-step perspective of the PR process (fact finding, planning, Implementation, evaluation) and organizational information theory this research uses methods Qualitative descriptive by involving public relations of the Bogor city government as the informant and the community of Bogor. The results showed that the public relations of the city of Bogor utilize online media websites, social media such as Instagram, Twitter, Facebook, and Youtube, as well as make use of offline media such as printed newspaper media in its publication. Content is made as interesting as possible, then publications are done by utilizing hashtags, design, using easy-to-understand language, inserting photos and videos. In the publication conducted by public relations of Bogor city about Smart City received a positive response from People's of Bogor City.

Keywords : *Publication Management, Public Relations, Smart City*

PENDAHULUAN

Dewasa ini teknologi informasi dan komunikasi berkembang begitu pesat. kemajuan teknologi menjadikan derasnya arus informasi melalui media yang dapat menimbulkan berbagai dampak bagi kehidupan masyarakat. Selain itu, masyarakat yang semakin modern dan mapan, memiliki ekspektasi tinggi terhadap suatu kota, seperti lingkungan tempat tinggal dan pekerjaan yang nyaman, adanya area publik yang memadai, sistem transportasi yang lebih efisien dan terintergrasi, juga berbagai

macam fasilitas lainnya. Maka dari itu, muncul konsep *Smart City (Kota Pintar)*

yang merupakan salah satu strategi pembangunan dan manajemen kota. *Smart City* dirancang untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mengakses berbagai informasi maupun membantu berbagai hal kegiatan pemerintahan dalam pelayanan masyarakat. Penerapan konsep *smart city* dapat juga untuk upaya mengelola sumber daya yang ada dengan efisien, dan mengantisipasi suatu kejadian yang tidak terduga. Adanya konsep itu juga dapat menciptakan kualitas hidup masyarakat yang terus meningkat.

Smart city merupakan kota yang paling cepat dan akurat memberikan

solusi kepada warganya. Di negara Indonesia, Konsep *Smart City* diinisiasi oleh Pakar dari ITB, Suhono S. Supangkat. Suhono mengatakan bahwa konsep smart city ini terdiri dari komponen-komponen pendukung yakni : *smart economy, smart people, smart governance, smart government, smart mobility, smart environment, dan smart living* (www.kominfo.go.id). Kunci dari keberhasilan *smart city* adalah dengan melakukan penerapan komponen-komponen pendukung diatas. Selain itu, *smart city* merupakan pengembangan dan pengelolaan kota dengan memanfaatkan teknologi infomasi (TI) untuk menghubungkan, memonitor dan mengendalikan berbagai sumber daya yang ada di dalam kota dengan lebih efektif dan efisien untuk memaksimalkan pelayanan kepada warganya serta mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Tidak hanya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, *smart city* juga bisa memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya sehingga masyarakat dapat hidup dengan nyaman, aman dan berkelanjutan.

Beberapa kota dan kabupaten di Indonesia telah menerapkan konsep *smart city*, diantaranya seperti Jakarta, Bogor, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Balikpapan, Makassar, Denpasar. Dari beberapa kota yang telah disebutkan, Kota Bogor merupakan salah satu Kota yang mendapat apresiasi dari *International Telecommunication Union* (ITU) dalam pencapaian dan usahanya menerapkan konsep *smart city*. Capaian dan ranking Kota Bogor dalam penerapan *smart city* merupakan salah satu alasan *International Telecommunication Union* (ITU) mengundang Wali Kota Bogor Bima

Arya dalam forum *smart city* di Bangkok, Thailand. Untuk berbagi pengalaman tentang ide-ide *smart city* yang mungkin bisa dijalankan kota-kota lain di dunia (www.kotabogor.go.id).

Penerapan *smart city*, memungkinkan adanya perubahan dari cara lama (tradisional) ke cara yang baru dengan berbasis TIK. Tradisionalitas dalam menyalurkan aspirasi seperti kotak kritik dan saran yang dianggap tidak lagi menunjang dalam pelaksanaan pemerintahan, hal ini berganti menjadi penggunaan media, seperti internet. Dengan adanya internet dapat menjadi solusi untuk menggantikan cara lama (melalui kotak kritik dan saran) ke cara yang baru dengan memanfaatkan teknologi internet untuk menyalurkan aspirasi melalui *website* resmi pemerintah kota yang lebih *update* dan *efisien* maupun melalui akun sosial media resmi milik pemerintah. artinya humas pemerintah kota turut ambil bagian dalam pengelolaan yang dikategorikan sebagai salah satu bentuk hubungan pemerintah dengan masyarakatnya diserahkan kepada bagian humas untuk selalu dapat menyampaikan informasi mengenai kota dan juga penyalur aspirasi masyarakat.

KERANGKA TEORI

Manajemen

G.R Terry (Hasibuan, 2009) mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengarahannya dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Humas

Jefkins yang diterjemahkan oleh Haris Munandar (1992) humas adalah sesuatu yang merangkum secara keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Publikasi

Nisberg menyatakan bahwa publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama dan kehormatan seseorang, kelompok, atau suatu organisasi kepada khalayak dalam suatu konteks tertentu melalui media dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik khalayak (Liliweri, 2011).

Empat Langkah Proses Humas

Teori Empat Langkah Proses *Public Relations* diperkenalkan oleh Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom. Teori *empat langkah proses humas* mencakup empat langkah strategis yang harus ditempuh, yaitu *Fact Finding*, *Planning*, *Implementation* dan *Evaluation*.

Langkah Pertama yaitu *Fact Finding*, langkah ini mencakup penyelidikan dan memantau keadaan organisasi setelah dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan organisasi.

Langkah kedua adalah *Planning*, informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk mempertimbangkan pembuatan keputusan atas program publik, strategi, tujuan, tindakan, komunikasi, taktik dan sasaran.

Langkah ketiga *Implementation*, langkah ini merupakan pengimplementasian program atau aksi

dan komunikasi yang di desain untuk mencapai tujuan program.

Langkah terakhir adalah *Evaluation*, dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil program. Melakukan penyesuaian selama pengimplementasian program yang didasarkan pada evaluasi.

Teori Informasi Organisasi

Karl Weick mengembangkan sebuah pendekatan untuk menjelaskan suatu proses mengenai bagaimana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang kemudian mentransmisikan kembali informasi tersebut kepada anggota organisasi. Teori Weick menitikberatkan komunikasi sebagai landasan bagi pengorganisasian dan memberikan sebuah pengorganisasian yang berfokus pada aktivitas dan proses. Proses pengorganisasian itulah yang menghasilkan organisasi. Organisasi tentunya memiliki struktur, namun makna dari organisasi tersebut lebih dari sekedar struktur organisasi. Menurut teori ini, organisasi terbentuk melalui proses dan aktivitas komunikasi. Weick memandang struktur sebagai aktivitas yang lebih spesifik lagi, yakni sebagai aktivitas komunikasi. (Pace dan Faules, 2005)

Dengan demikian, fokus utama Karl Weick ini adalah pertukaran informasi (*information exchange*) yang terjadi dalam organisasi dan bagaimana anggota organisasi mengambil langkah untuk memahami pertukaran informasi tersebut. Weick (dalam West dan Turner, 2009) mengonseptualisasikan bahwa "*organisasi berbicara dengan dirinya sendiri*", artinya anggota organisasi tersebut memiliki peranan penting dalam menciptakan dan memelihara makna

pesan. Atas dasar inilah, Karl Weick menggagas Teori Informasi Organisasi atau Teori Pengorganisasian. Dalam West dan Turner mengonseptualisasikan Teori Informasi Organisasi karena ia merupakan akademisi Ilmu Komunikasi sedangkan dalam Pace dan Faules dikonseptualisasikan Teori Pengorganisasian karena ia merupakan praktisi Komunikasi Organisasi yang mana dapat dilihat dalam kedua buku dari kedua tokoh tersebut.

Perhatian utama dari Teori Informasi Organisasi adalah pengorganisasian informasi yang memiliki peranan penting bagi suksesnya sebuah organisasi. Sangat jarang bahwa satu divisi dalam suatu organisasi mempunyai semua informasi penting mengenai perusahaan tersebut. Informasi tersebut berasal dari berbagai macam sumber, yakni dari berbagai divisi yang ada di organisasi tersebut. Bagian tersulit dalam tugas pemrosesan informasi dalam suatu organisasi adalah mengartikan dan mentransmisikan informasi yang didapatkan tersebut. (Morrison 2009)

Asumsi Teori Informasi Organisasi

Teori ini berfokus pada proses pengorganisasian anggota organisasi untuk mengelola informasi dari pada berfokus pada struktur organisasi itu sendiri. Terdapat 3 asumsi dalam teori Weick ini, yakni (West dan Turner, 2009)

1. Organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan informasi.
Asumsi yang pertama menyatakan bahwa organisasi bergantung pada informasi agar organisasi tersebut dapat berfungsi secara efektif dan mencapai tujuan organisasi.

2. Informasi yang diterima oleh organisasi berbeda dalam hal ketidakjelasan (*equivocality*).

Asumsi kedua mengindikasikan adanya ambiguitas dalam informasi. Ketidakjelasan (*equivocality*) berarti tingkat ketidakpastian yang dihadapi para anggota organisasi.

3. Organisasi manusia terlibat di dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi.

Asumsi ketiga dalam teori ini menyatakan bahwa organisasi dimulai dalam aktifitas kerjasama untuk membuat informasi yang diterima agar lebih dapat dipahami. Weick (1979) memandang proses untuk mengurangi ketidakpastian informasi (*equivocality*) ini sebagai sebuah aktifitas bersama diantara anggota organisasi.

Teori Informasi Organisasi Weick berisi sejumlah kunci yang sangat penting untuk memahami bagaimana organisasi terlibat dalam pengorganisasian informasi yakni lingkungan informasi, ketidakjelasan informasi, aturan, dan siklus. (Morrison, 2009)

1. Lingkungan Informasi

Lingkungan informasi merupakan bagian integral dari teori Weick karena lingkungan informasi merupakan inti dalam memahami bagaimana organisasi dibentuk dan memproses informasi. Setiap harinya, organisasi dihadapkan pada beribu rangsangan yang dapat diproses dan diinterpretasikan.

2. Ketidakjelasan Informasi

Organisasi menerima informasi dari berbagai sumber sehingga mereka harus mengartikan informasi dan menentukan apakah informasi tersebut dapat dipahami, orang atau

divisi dalam organisasi tersebut yang paling mampu untuk mengurus informasi ini, dan apakah berbagai divisi membutuhkan informasi tersebut untuk menyelesaikan tugas mereka.

3. Aturan

Dalam teori informasi organisasi, aturan merujuk pada panduan yang disusun oleh perusahaan untuk menganalisis ketidakjelasan sebuah pesan sekaligus untuk menuntun respons-respons terhadap organisasi. Aturan ini mencakup beberapa hal meliputi durasi, personel, keberhasilan, dan usaha.

4. Siklus

Jika informasi yang diterima sangat tidak jelas, organisasi akan terlibat di dalam serangkaian perilaku komunikasi untuk mengurangi tingkat ambiguitas, yang mana Weick mengkategorikan perilaku ini sebagai suatu siklus.

METODE PENELITIAN

Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) pengertian objek penelitian yaitu “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Objek penelitian ini adalah Humas Pemerintah Kota Bogor.

Menurut Moleong (2010) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sejalan dengan definisi tersebut, penulis mendeskripsikan subjek penelitian bahasa sebagai pelaku bahasa yang merupakan sasaran pengamatan atau

informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti. Dalam hal ini Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kota Bogor bagian Humas yang meliputi Kasubag Publikasi dan Berita selaku narasumber menjadi subjek dalam penelitian ini.

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai Peran Humas Pemerintah Kota dalam Mengimplementasikan Konsep *Smart City*.

Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis merupakan paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003).

Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan data untuk kepentingan penelitian ini, maka peneliti akan memakai beberapa metode untuk mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial

antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian (pengamatan objek penelitian di lapangan).

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2009: 98). Pada penelitian ini jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam. Wawancara yang dilakukan dengan kepala sub bagian humas, dan anggota bagian humas.

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau orang lain tentang subjek (Herdiansyah, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria Informasi Pilihan

kriteria informasi yang dipilih oleh Humas Pemerintah Kota Bogor merupakan informasi yang saat ini sedang berlangsung, dan informasi yang berkaitan dengan *smart city* di prioritaskan.

Strategi Publikasi Humas Pemerintah Kota Bogor

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan mengenai strategi humas pemerintah kota Bogor dalam mendukung program Bogor smart city, kepada pegawai negeri sipil (PNS) yang dilakukan oleh Ibu Dian Intannia Lesmana, adalah Strategi humas pemerintah kota bogor yaitu dengan memberikan informasi atau release yang aktual serta membuat tampilan visual yang menarik agar enak di lihat dan

menarik masyarakat, selain itu dengan menggunakan bahasa yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. sesuai dengan langkah kedua pada teori 4 langkah proses humas, yaitu mengenai strategi yang dilakukan oleh pihak humas.

Sedangkan menurut koordinator akun instagram resmi Pemerintah Kota Bogor, adapun strategi yang dipergunakan dengan memakai platform yang dimiliki oleh Humas Pemerintah Kota Bogor. Seperti pada youtube dengan menyebarkan video-video, dan pada media sosial membuat konten, desain dan video dalam hal publikasinya. Sedangkan pada media cetak ada surat terbuka Walikota dan terdapat juga klarifikasi.

Ibu Lusiana menerapkan strategi dalam publikasi melalui twitter dengan menambahkan penggunaan *hashtag* di setiap postingan yang dibuat hal tersebut bertujuan agar pengguna media sosial twitter dapat dengan mudah mencari informasi terkait *smart city* yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Bogor. Selain itu strategi yang dilakukan ialah dengan mencantumkan *link* yang terhubung ke website Pemerintah Kota Bogor.

Humas Pemerintah Kota Bogor bertugas sebagai media perantara penyalur informasi dari Pemerintah masyarakatnya maupun sebaliknya. Untuk itu publikasi dikatakan penting, Publikasi yang dilakukan humas merupakan suatu pokok yang terpenting dibutuhkan oleh masyarakat terutama masyarakat Bogor karena masyarakat perlu mendapatkan informasi mengenai pemerintahan dan kondisi kota Bogor. Informasi mengenai *smart city* sangat penting dipublikasikan kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui perubahan cara yang diterapkan oleh

pemerintah terkait program *smart city* di Kota Bogor.

Publikasi Pada Media

Dalam melakukan tugasnya, Humas Pemerintah Kota Bogor menyebar luaskan informasinya kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai media, Implementasi yang dilakukan oleh humas ialah dengan melalui berbagai macam sebagai wadah dalam pengimplementasiannya. Yaitu dengan media online seperti website resmi kota Bogor yaitu Kota Bogor www.kotabogor.go.id, instagram pemerintah kota bogor yaitu @pemkotbogor, facebook pemkot Bogor, akun sosial media twitter @pemkotabogor, dan youtube pemerintah kota Bogor. Untuk media offline melalui koran Bogor.

Respons Terkait Publikasi Humas

Setiap informasi yang disampaikan oleh humas pemerintah Kota Bogor dalam publikasi yang dilakukan melalui media, tentunya terdapat bermacam respons dari masyarakat yang mengakses media *online* resmi milik Pemerintah Kota Bogor maupun media *offline*.

Berdasarkan langkah keempat dari *evaluation* pada teori 4 langkah proses humas. Humas pemerintah kota Bogor dalam menyampaikan informasi melalui publikasi media, mendapat respon yang positif dari masyarakat. Di karenakan publikasi yang dilakukan sangat membantu dalam mengetahui bagaimana kebijakan baru yang dibuat Pemerintah Kota untuk mempermudah masyarakat.

Dari hasil evaluasi pihak Humas Pemerintah Kota Bogor bahwa publikasi yang lebih banyak menarik perhatian audiens seperti jumlah *viewers*, *likers*, *comment*, dan juga *retweet* ialah berupa postingan yang berisi gambar dan isu

menarik. Hal ini tentu akan membuat daya tarik tersendiri bagi audiens

Stakeholder dalam proses publikasi

Dalam menciptakan publikasi yang baik, diperlukan kerjasama tim pada suatu organisasi. Pihak yang terlibat dalam proses publikasi diantaranya ialah penulis, editor, dan operator website Pemerintah Kota Bogor, serta koordinator setiap admin sosial media twitter, instagram, facebook, dan juga youtube Pemerintah Kota Bogor

Proses Tahapan Publikasi

Sebelum sebuah release atau informasi disampaikan kepada masyarakat melalui media, Humas Pemerintah Kota Bogor melakukan proses dalam publikasi, adapun tahapan yang dilakukan humas yaitu dari tim peliput yang terdiri dari kameramen dan juga penulis narasi melakukan liputan kegiatan lapangan. Yang kemudian, hasil dari liputan tersebut di kirimkan kepada editor untuk di edit dan dibuat release dan informasi mengenai kegiatan, setelah itu lalu dipublikasikan ke berbagai lini publikasi Pemerintah Kota Bogor.

Hambatan Dalam Publikasi

Pada proses publikasi, peneliti menanyakan kepada informan mengenai hambatan apa yang terjadi pada saat melakukan proses publikasi. Proses publikasi yang dilakukan Humas Pemerintah kota Bogor terdapat hambatan pada saat publikasi melalui media online terutama pada saat melakukan live pada sosial media, hal ini dikarenakan membutuhkan jaringan internet yang stabil agar publikasi tersampaikan dengan baik.

Mengurangi Ketidakjelasan Informasi

Dalam menyampaikan suatu informasi, diperlukannya cara untuk mengolah pesan dengan baik agar dapat

mengurangi ketidakjelasan dalam penyampaian informasi serta informasi yang diterima dapat dimengerti dan tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Dalam upaya mengurangi ketidakjelasan informasi atau ambiguitas, pihak humas pemerintah kota bogor memberikan informasi dengan se jelas-jelasnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

PENUTUP SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti di Balaikota Bogor dengan mengambil judul Manajemen Publikasi Humas Pemerintah Kota Bogor dalam Mendukung Program Bogor *Smart City* dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut :

1. Informasi yang dipublikasikan oleh Humas Pemerintah Kota Bogor ialah informasi aktual. Strategi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bogor yaitu dengan melakukan publikasi melalui media *online* seperti Website, Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube publikasi dibuat semenarik mungkin dengan menyisipkan gambar maupun video, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan unik. Kombinasi secara visual dan verbal yang baik dan menarik dapat membuat penyampaian pesan menjadi lebih efektif.
2. Humas Pemerintah Kota Bogor yang memiliki peran penting bagi Pemerintahan maupun publik dalam mendukung program *smart city* konsisten

dalam memberikan transparansi informasi melalui media online.

3. Dalam proses tahapan publikasi, terdiri dari 3 tahapan, pertama tim peliput yang terdiri dari kameramen dan penulis narasi melakukan peliputan kegiatan. Kedua, hasil dari liputan diserahkan kepada tim editor untuk diedit. Ketiga, dari hasil yang telah diedit oleh editor diserahkan kepada koordinator setiap media untuk dipublikasi.

SARAN

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan Humas Pemerintah Kota Bogor terus mengolah informasi secara menarik agar publikasi dapat dinikmati dan dipahami oleh masyarakat Kota Bogor mengenai program Pemerintah Kota Bogor yaitu Bogor *smart city*.
2. Untuk mengembangkan ilmu komunikasi terkait Manajemen Publikasi, diharapkan peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti objek yang sama, yaitu mengenai Manajemen Publikasi Humas Melalui Media Online dalam Mendukung Program *Smart City* agar dapat melakukan penelitian diluar faktor yang telah disajikan dalam penelitian ini. Sehingga hasil dari penelitian nantinya akan lebih melengkapi dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo liliweri, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen : Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Herdiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hidayat, D. N. 2003. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Jakarta:Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Jefkins, F. 1992. *Public Relations*. Terjemahan Haris Munandar. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, R. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- West, Richard dan Turner, Lynn H. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Introducing Communication Theory: Analysis and Application)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hidayat Sudrajat, Yusuf Z. Abidin. 2018. *Strategi PR Kota Bandung Mendukung Bandung Smart City*.
- Ni Made Ambarani, Ni Nyoman Dewi, I Dewa Ayu. 2016. *Peran Humas Pemerintah Kota Denpasar Menuju Denpasar Smart City*
- Siti Widharetno Mursalim. 2017. *Implementasi Kebijakan Smart City Di Kota Bandung*
- St. Nur Alfiana Wulandari. 2018. *Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Kesadaran Pengguna Aplikasi Taprose*
- Tyan Ristanto. 2014. *Peran Humas Pemerintah Balikpapan dalam Mengimplementasikan Konsep Smart City*
- https://kominform.go.id/content/detail/11656/langkah-menuju-100-smart-city/0/sorotan_media diakses pada 29 april 2019 pukul 16:00
- https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/7580 diakses pada 29 april 2019 pukul 16:40