

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KABUPATEN BANDUNG  
BARAT DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM  
KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) DI KABUPATEN  
BANDUNG BARAT  
(Studi Kasus pada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik  
(Diskominfotik) Kabupaten Bandung Barat)**

Dhini Ardianti<sup>1</sup>, Iwan Satibi<sup>2</sup>, Rasman Sonjaya<sup>3</sup>, Iwan Gunawan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>*Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan  
dhini.ardianti@unpas.ac.id*

<sup>2</sup>*Prodi Administrasi Negara Universitas Pasundan  
iwan.satibi@unpas.ac.id*

<sup>3</sup>*Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan  
rasmansonjaya@unpas.ac.id*

<sup>4</sup>*Prodi Hubungan Internasional Universitas Pasundan  
iwangunawan2012@gmail.com*

*Doi: 10.23969/paradigmapolistaat.v3i1.2970*

**Abstract**

*This study discusses the communication strategies of the government of West Bandung Regency in implementing the Community Information Group (KIM) program in West Bandung Regency (Case Study in the Office of Informatics and Statistics Communication (Diskominfotik) of West Bandung Regency. The focus of the research aims to determine the process of research (fact finding), planning, communicating/actuating, and evaluating in implementing the Community Information Group (KIM) program in West Bandung Regency; and to find out the communication activities carried out by the West Bandung Regency Diskominfotik in implementing the KIM program in West Bandung Regency. The research method uses a qualitative approach and case study tradition. Data was collected through in-depth interviews with the Head of the KBB Communication and Information Agency and the KBB ICT Volunteer Coordinator, and through a literature study of related documents in the form of articles, online news, as well as documentation of activities contained on the KBB ICT Volunteers community website and social media. The results showed that (1) the process of research (fact finding) by analyzing documents related to KIM, planning (communication) indicated for cognitive changes, changes in attitude (attitude) to changes in community behavior, one of them by making citizen journalism through the website The village, forming the ICT Volunteer community; communicating / actuating is directed at strategies for getting to know the audience, composing messages, setting methods, and choosing communication media; and evaluating how far the communication strategy has been successfully carried out effectively and efficiently; (2) communication activities or activities carried out by Diskominfotik in disseminating KIM*

*activities in West Bandung Regency are through R-ICT (ICT Volunteer) activities initiated by the West Bandung information community, through new media channels, such as the Village website, facebook, twitter , and online mass media related to the KBB R-TIK activities.*

**Keyword:** *Communication Strategy, Community Information Group (KIM), Diskominfo, West Bandung Regency (KBB)*

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam mengimplementasikan program Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kabupaten Bandung Barat (Studi Kasus pada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Diskominfo) Kabupaten Bandung Barat. Fokus penelitian bertujuan untuk mengetahui proses *research (fact finding)*, perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*communicating/actuating*), dan evaluasi (*evaluating*) dalam mengimplementasikan program Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kabupaten Bandung Barat; dan untuk mengetahui kegiatan komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Bandung Barat dalam mengimplementasikan program KIM di Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan tradisi studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap Kepala Dinas Kominfo KBB dan Koordinator Relawan TIK KBB, dan melalui studi literatur terhadap dokumen yang terkait berupa artikel, berita online, maupun dokumentasi kegiatan yang terdapat di website dan media sosial komunitas Relawan TIK KBB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) proses *research (fact finding)* dengan cara analisis dokumen terkait KIM, perencanaan (*planning*) komunikasi ditunjukkan untuk adanya perubahan kognitif, perubahan sikap (*attitude*) hingga perubahan perilaku masyarakat, salah satunya dengan cara membuat jurnalisme warga melalui website Desa, membentuk komunitas Relawan TIK; pelaksanaan (*communicating/actuating*) diarahkan pada strategi mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media komunikasi; serta evaluasi sejauhmana strategi komunikasi tersebut berhasil dilaksanakan efektif dan efisien; (2) kegiatan atau aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo dalam mensosialisasikan kegiatan KIM di Kabupaten Bandung Barat adalah melalui kegiatan R-TIK (Relawan TIK) yang digagas masyarakat informasi Bandung Barat, melalui saluran-saluran media baru, seperti website Desa, facebook, twitter, dan media massa online terkait pemberitaan kegiatan R-TIK KBB ini.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemerintah, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), Diskominfo, Kabupaten Bandung Barat (KBB)*

### **I. Introduction**

Abad 21 merupakan awal permulaan dari Era Informasi. Era ini seringkali disebut sebagai “*The New*

*Techno-economic Paradigm*”, revolusi informasi atau GIR (*Globalization and the Knowledge/information Revolution*). Apapun sebutan bagi era ini, esensinya

ada pada revolusi informasi yang akan berdampak besar pada segala aspek kehidupan masyarakat global—seperti dampak revolusi industri pada masyarakat industri.

Masyarakat senantiasa mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Untuk dapat bertahan hidup, kebutuhan akan memperoleh informasi menjadi bagian dari pengetahuan dalam kebudayaan manusia. Kesiapan masyarakat dalam menerima perubahan teknologi yang bersifat massif layaknya perubahan dalam cara pandang, berpikir, dan memutuskan sesuatu hal menjadi pertanyaan yang layaknya diajukan. Perombakan paradigma dalam berbagai bidang kehidupan tak dapat diabaikan begitu saja. Hal ini dikarenakan revolusi teknologi menyangkut banyak aspek seperti sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Terlebih dapat kita rasakan beberapa tahun belakang, aspek sosial budaya menjadi momok tersendiri bagi masyarakat industri yang sedang berevolusi menjadi masyarakat informasi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari mereka. Mulai dari gaya hidup, sistem pendidikan, sampai cara berkomunikasi sudah dijejali inovasi teknologi yang tiada henti.

Menurut Zelinski (1971) dalam tulisannya yang bertema “Transisi Demografi”, sumber mengadopsi dan memprediksi karakteristik perubahan di Era Informasi. Terdapat lima faktor dalam penentuan terbentuknya masyarakat informasi. *Pertama*, kemajuan dalam pendidikan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut meningkatkan standar serta kualitas pendidikan. *Kedua*, perubahan karakteristik pola kerja.

Adanya perubahan pola kerja ini membuat orang mencari pengetahuan atau informasi mengenai cara paling mudah, praktis, efektif dan efisien dalam melakukan suatu pekerjaan. *Ketiga*, perubahan dalam menyebarkan pengetahuan, dari cara sederhana (mulut ke mulut) hingga pemakaian alat yang paling canggih. *Keempat*, perubahan dalam cara seseorang mencari pengetahuan. Hal ini disebabkan oleh keingintahuan yang besar dari orang-orang atau individu-individu terhadap suatu pengetahuan atau informasi baru. *Kelima*, kemajuan dalam menciptakan *tools* atau alat-alat dalam mengakses dan menyebarkan pengetahuan baru. Perubahan dalam kelima faktor ini menyebabkan perbedaan karakteristik pada tahap-tahap perubahan atau transisi masyarakat informasi.

Dengan kata lain, saat ini informasi menjadi kebutuhan utama bagi setiap manusia selain kebutuhan dasar lainnya seperti sandang, pangan, papan. Informasi terbentuk atas dasar komunikasi antarindividu satu dengan individu lainnya. Perolehan informasi merupakan hak asasi setiap orang untuk pengembangan pribadi dan lingkungannya. Artinya, keterbukaan informasi merupakan hal mendasar dalam membangun komunikasi yang baik.

Kemunculan informasi dalam masyarakat menyebabkan masyarakat perlu mengelola informasi. Bagaimana cara masyarakat memperlakukan informasi, menghargai informasi, mencari informasi, dan membutuhkan informasi, hal ini melahirkan istilah masyarakat informasi.

Semakin hari tuntutan keterbukaan dalam memperoleh informasi ini semakin mengalami desakan yang cukup signifikan terlebih di era globalisasi. Informasi dan komunikasi yang serba cepat, tepat dan transparan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal ini pemerintah mengeluarkan Undang-undang RI Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pengelolaan informasi publik ini pun terkandung dalam Permen Kominfo No.17 Tahun 2009 yang menyatakan tentang Diseminasi Informasi Nasional oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah Propinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, dan Permen Kominfo No. 8 Tahun 2010 tentang Pedoman Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial.

Dalam Permen Kominfo tersebut, yang dimaksud dengan Lembaga Komunikasi Sosial adalah Lembaga Komunikasi Pedesaan, Lembaga Media Tradisional, Lembaga Pemantau Media dan Lembaga Komunikasi Organisasi Profesi. Lembaga Komunikasi Pedesaan merupakan Kelompok Informasi Masyarakat atau kelompok sejenis lainnya—selanjutnya disingkat KIM—dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif, melakukan kegiatan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah ([https://jdih.kominfo.go.id/produk\\_hukum](https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum)).

Dalam mewujudkan masyarakat informasi, pemerintah Indonesia membentuk sebuah program yaitu KIM atau Kelompok Informasi Masyarakat. Program ini ditujukan untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan

informasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Pemerintah berupaya agar setiap daerah di Indonesia dapat membentuk kelompok-kelompok masyarakat yang fokus pada penyerapan informasi, pemanfaatan dan penyebaran informasi. Selain itu, program KIM ini dapat dijadikan sebagai sarana mengenalkan teknologi informasi dan komunikasi pada masyarakat.

Pemerintah berharap program KIM dapat dibentuk oleh masyarakat secara independen dan mandiri. Visi dari KIM ini adalah memberdayakan masyarakat menjadi lebih produktif, dapat lebih berpartisipasi aktif atas segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya sehingga akan terwujud masyarakat informasi. Dengan berbasis informasi, masyarakat diharapkan mampu mengawasi dan menjadi bagian dari keputusan ekonomi, sosial dan budaya.

Dengan kata lain, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) merupakan kelompok sosial masyarakat yang muncul dalam kehidupan komunitas atau kumpulan individu yang mempunyai kesamaan tujuan dalam menyelesaikan berbagai persoalan. Masyarakat perlu diberdayakan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk kepentingannya sendiri maupun informasi kebijakan pemerintah agar tidak terjadi kesenjangan informasi, serta untuk membuka akses bagi keterbukaan informasi antara pemerintah dan masyarakat.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) merupakan program dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang perlu diimplementasikan oleh seluruh instansi pemerintahan di Indonesia. Salah satunya Pemerintah

Kabupaten Bandung Barat, dalam hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Bandung Barat. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) disosialisasikan Diskominfo melalui Surat Edaran Sekda Kota Bandung No. 87/SE.006-Diskominfo Tanggal 22 Februari 2006 tentang Pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), dan diperkuat oleh Keputusan Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 8 Tahun 2010 tentang pengembangan dan pemberdayaan lembaga komunikasi sosial sebagai sarana komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat setempat secara langsung.

Beranjak dari hal tersebut, maka penelitian ini bermaksud untuk melihat bagaimana program KIM ini diimplementasikan, bagaimana upaya atau peran pemerintah dan strategi komunikasi yang dijalankan oleh pemerintah setempat untuk mengenalkan program KIM di Kabupaten Bandung Barat, sehingga masyarakat mau berpartisipasi dalam mengembangkan KIM demi kemajuan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

## **II. Problems**

Dalam memasuki era masyarakat informasi, baik pemerintah maupun masyarakat perlu menyadari betapa arus informasi semakin kencang menerpa berbagai sendi kehidupan. Ketidaktahuan akan informasi terbaru akan berdampak pada rendahnya aktivitas yang sejalan dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, padahal hal ini menuntut masyarakat untuk terus mengikuti perkembangan yang terjadi dalam kehidupan di sekitarnya. Seringkali program

pemerintah tidak berjalan efektif, kebijakan atau program yang telah dirancang pemerintah tidak diketahui atau bahkan tidak dilaksanakan dengan baik oleh masyarakat yang bersangkutan.

Dengan demikian, perlu kiranya penelitian ini memfokuskan pada bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat (Diskominfo Kabupaten Bandung Barat) dalam mengimplementasikan Program KIM di Kabupaten Bandung Barat. Pertanyaan penelitian difokuskan pada:

1. Bagaimana proses research (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*communicating / actuating*), dan evaluasi (*evaluating*) dalam mengimplementasikan program Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana kegiatan/aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo di Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam mengimplementasikan program KIM di Kabupaten Bandung Barat?

## **III. Objectives and benefits**

Manfaat penelitian ini berupa manfaat teoretis dan manfaat praktis. Manfaat secara teoretis berguna untuk pengembangan ilmu komunikasi strategis, humas pemerintahan dan kajian-kajian administrasi negara, dalam hal ini kelembagaan yang terbentuk di masyarakat. Manfaat secara praktis dapat menjadi acuan untuk para pemangku kebijakan di Lembaga Pemerintahan, maupun bagi para akademisi atau peneliti lebih lanjut yang tertarik dengan kajian

serupa tentang Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai obyek penelitian.

#### **IV. Research methods**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk deskripsi analitis, yang dapat menunjukkan, menganalisis dan mengklasifikasikan gejala yang ada atau variabel penyakit atau keadaan subjek, yaitu menentukan gejala atau keadaan sesuai dengan keadaan gejala selama penelitian. Menurut Neuman (1991), metode deskripsi analitis adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci kondisi sosial atau hubungan antara gejala dan gejala lainnya, dan fokus pada "siapa yang terlibat" dan "bagaimana" gejala itu terjadi. Deskripsi analitis disini digunakan untuk menggambarkan strategi komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat: mulai dari research (*fact-finding*), perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*actuating/communicating*), dan evaluasi (*evaluating*), dan menggambarkan implementasi program KIM di Kabupaten Bandung Barat.

Menurut Ruslan (2006), data adalah fakta, fenomena atau bahan informasi dalam penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti dan kemudian diolah. Ketika memperoleh data yang valid dan objektif, Ruslan (2006) membedakan data dari dua sumber, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui proses wawancara langsung dengan narasumber, yaitu data dari subjek penelitian dan objek penelitian. Subyek merupakan seseorang atau kelompok atau tempat dalam memperoleh keterangan

penelitian ini. Dalam hal ini data diperoleh dari Kepala Dinas Kominfotik KBB, beserta jajaran staf Kadiskominfo KBB. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder ini diperoleh melalui artikel, jurnal online, buku, laporan penelitian terdahulu dan beberapa literatur penunjang lainnya.

#### *Collecting Data*

Informasi yang akurat diperoleh dari data yang tersusun dan valid melalui metode pengumpulan data sebagai berikut:

- Wawancara  
Wawancara bertujuan untuk menggali data dari informan. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika beserta jajaran staf Kadiskominfotik Kabupaten Bandung Barat.
- Dokumentasi  
Dokumentasi disini dimaksudkan untuk mencari data terkait obyek penelitian berupa catatan, majalah, agenda, dan sebagainya. Teknik ini dalam pelaksanaannya adalah dengan cara mengumpulkan dan mencari data-data tertulis yang ada. Dokumen yang diperoleh dalam penelitian ini adalah melalui media online berupa artikel koran digital, literatur, buku, jurnal, dan website resmi Dinas Kominfotik Kabupaten Bandung Barat ataupun website terkait Kelompok Informasi Masyarakat yang telah ada.

### *Analisis Data*

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, artinya data disajikan secara apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif, setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, data diidentifikasi, dikategorikan kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan.

Analisis data ini ditujukan untuk menyederhanakan data agar mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dilakukan secara bertahap, yaitu: (1) reduksi data, setelah data-data ditemukan, lalu memberi kode di setiap data agar diketahui sumbernya, kemudian menghilangkan data yang dianggap tidak mendukung atau tidak sesuai dengan obyek penelitian, (2) penyajian, yaitu menyusun dan memilah menjadi bagian-bagian yang memiliki kesamaan, kemudian masing-masing kategori diberi nama, (3) menarik kesimpulan, artinya mencari kaitan antar kategori kemudian diberi analisis dan ditarik kesimpulan.

### *Validitas Data*

Untuk menganalisis validitas atau keabsahan data, peneliti menggunakan cara triangulasi data, yaitu: (1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, (2) Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen.

### *Lokasi Penelitian*

Lokasi dalam penelitian ini adalah Diskominfo Kabupaten Bandung Barat, Jl. Padalarang-Cisarua Km.2 Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat.

### *Jadwal Penelitian*

Penelitian dilaksanakan selama 3 bulan, dimulai dari pengajuan usulan penelitian hingga pembuatan laporan, terhitung mulai Januari hingga Maret 2018.

### **V. Results and Discussion**

Penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat: melalui *research (fact-finding)*, perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*actuating/communicating*), dan evaluasi (*evaluating*), serta menggambarkan implementasi program KIM di Kabupaten Bandung Barat.

Pada dasarnya seluruh Kabupaten/Kota menjalankan fungsi dan kewenangan Kementerian Kominfo dalam membentuk Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) atas dasar hukum UU RI no.14/2008 dan PP No.38/2007, Perkominfo No.17/2009, Perkominfo No.08/2010, terlebih menguatnya tuntutan keterbukaan informasi publik dan pergeseran paradigme sistem informasi dan komunikasi di era informasi ini.

Namun kenyataannya, masih belum optimal peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kabupaten Bandung Barat. Hal ini merujuk dari hasil wawancara bersama Kepala Dinas Kominfo Kabupaten Bandung Barat, Bapak Ludi Awaludin, S.Ip., M.Si., bahwa program-program yang dijalankannya harus sesuai dengan visi dan misi dari Diskominfo KBB itu sendiri, yaitu untuk mewujudkan *good governance* (tata kelola pemerintahan yang baik) berdasar pada teknologi informasi yang didukung oleh data statistik yang *update* dan berkelanjutan. Sedangkan misinya lebih pada arah

penyelenggaraan sistem pemerintahan dan pelayanan publik berbasis elektronik, meningkatkan pelayanan informasi publik, dan melaksanakan penyebaran informasi kepada masyarakat.

Sejalan dengan visi misi tersebut, maka pemerintah KBB dalam hal ini melalui Dinas Kominfotik membentuk komunitas R-TIK sebagai kelompok yang dibentuk dari masyarakat oleh masyarakat untuk masyarakat, menjalankan fungsi yang sejalan dengan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), hanya saja sebutannya bukan KIM, melainkan R-TIK (Relawan-TIK).

Gambar 1.  
Lambang Relawan TIK (R-TIK) Kab.Bandung Barat (KBB)



(Sumber: facebook.com/pg/rtikkbb)

R-TIK ini merupakan suatu wadah relawan yang mengkoordinir, kerjasama, kolaborasi dan komunikasi dengan para pemangku kepentingan dengan pihak lain dalam masyarakat, sehingga dapat sinergis dan saling menguntungkan dalam memberdayakan sumberdaya TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) untuk pembangunan berkelanjutan dengan keberpihakan jender, aksi afirmatif bagi minoritas, netral teknologi

serta ramah lingkungan (<https://relawantik.or.id/tujuan-visi-dan-misi/>). Demikian pula dengan R-TIK Kabupaten Bandung Barat menjalankan fungsi yang sama namun belum sepenuhnya berjalan optimal berdasarkan visi misi R-TIK Nasional tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan koordinator R-TIK Kabupaten Bandung Barat, Riksa Fuadi, R-TIK di KBB lebih fokus untuk mendorong masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai *citizen journalism*, karena penyebaran informasi melalui media sosial kini lebih pesat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet.

Sebagai Dewan Pembina R-TIK KBB, Riksa Fuadi mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di KBB saat ini sekitar 60% dari jumlah penduduk 1,6 juta jiwa. Sebagian besar merupakan pemuda. Dari angka tersebut sekitar 97% diantaranya hanya mengakses media sosial. Namun sayangnya kebanyakan masih menggunakan media sosial tersebut untuk berkeluh kesah atau menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya. Padahal akan jauh lebih bermanfaat jika media sosialnya digunakan untuk memposting hal-hal positif terkait daerahnya. Minimal R-TIK KBB akan mendorong para pengguna media sosial di KBB untuk menyebarkan informasi kegiatan masyarakat dengan melampirkan foto. Informasi tersebut dapat *diposting* di facebook, instagram, twitter dan berbagai media sosial lainnya. Dengan *memposting* kegiatan dan informasi yang terjadi di lingkungan masyarakat, para pengguna media sosial di KBB didorong untuk bisa menjadi *citizen journalism*, dengan demikian

mereka lebih peka terhadap berbagai persoalan yang terjadi dan mencari solusi terbaik untuk mengatasinya. Menurut Riksa, sempat diadakan lomba posting di media sosial, memang responnya belum begitu baik, namun hal ini akan terus didorong untuk lebih baik lagi sebagai bahan evaluasi.

Komunitas R-TIK KBB ini secara resmi dibentuk sejak tahun 2016, saat ini pun sudah memiliki AD/ART, artinya sudah terbentuk secara formal dan kegiatan diarahkan untuk pemanfaatan website desa (sebelumnya melakukan kegiatan pendataan desa terkait perkembangan web desa dan aplikasi *alibaba*). Hal ini sejalan dengan visi misi Pemkab Bandung Barat untuk menjadikan Kabupaten Bandung Barat sebagai *Smart City*, sebagai *leading sector* Diskominfo salah satunya melalui aktivitas R-TIK. Kegiatan *smart city* tersebut mulai disosialisasikan dan diterapkan pada awal tahun 2018.

Selanjutnya, R-TIK KBB bersama Diskominfo KBB menggelar Bandung Barat Digital Festival. Kegiatan ini mengundang pelajar, mahasiswa, santri serta menghadirkan pakar di bidang informasi dan teknologi. Kegiatan ini ditujukan untuk mengajak masyarakat agar tidak mudah percaya berita hoax. Namun, berbagai informasi yang beredar di dunia maya harus dikonfirmasi terlebih dahulu sebelum disebar kemana-mana. Hal ini sependapat dengan Kepala Dinas Kominfo KBB, Ludi Awaludin, pihaknya terus mengampanyekan penggunaan internet secara sehat. Sasarannya, yaitu para pemuda terutama pelajar dan mahasiswa. Sebab, sebagian besar pengguna internet adalah generasi muda. Melalui kegiatan-kegiatan

semacam ini, masyarakat KBB diharapkan dapat menggunakan internet secara positif. Selain itu, sosialisasi ini pun memberikan pemahaman tentang UU Informasi Transaksi Elektronik, sehingga masyarakat memahami batasan-batasan dalam menggunakan internet. Kegiatan sosialisasi *Smart City* ini di-*launching* untuk diikuti oleh 165 Desa se-KBB yang bertempat di Panorama Lembang.

Dalam melaksanakan program tersebut, masih terdapat kendala yang dihadapi, terlebih karena beberapa Desa di Kabupaten Bandung Barat masih ada yang termasuk Desa 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) seperti halnya desa-desa di Kecamatan Gununghalu, Desa Cirawamekar, Desa Karyamukti (Kecamatan Cililin), Desa Cintaasih (Cipongkor), Sarimuti (Cipatat), dan Desa Margaluyu (Cipeundeuy). Namun demikian, dalam menunjukkan eksistensinya sejalan dengan visi misi pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat ini, pada 2017 komunitas R-TIK Kabupaten Bandung Barat memperoleh penghargaan “Kominfo Award 2017” sebagai Juara 1 kategori Komunitas Relawan TIK.

Gambar 2.

Relawan TIK KBB saat mendapat penghargaan Kominfo Award 2017



(Sumber: jabarprov.go.id)

Melalui penelitian ini, pada akhirnya peneliti mengungkap keberadaan Relawan TIK KBB ini adalah bagian dari strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam mengimplementasikan program KIM (Kelompok Informasi Masyarakat). Untuk lebih jelasnya berikut adalah strategi komunikasi yang dijalankan Diskominfo Kabupaten Bandung Barat terkait program Relawan TIK, mulai dari *research (fact-finding)*, perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*actuating/communicating*), dan evaluasi (*evaluating*).

#### **Research (*fact-finding*)**

Sebelum melakukan komunikasi pada masyarakat, pihak pemerintah perlu mengetahui lebih awal, siapa yang akan diberi pesan dan bagaimana situasi kondisi komunikasi. Tanpa mengetahui situasi kondisi secara umum, maka komunikasi yang dilakukan oleh pihak R-TIK tidak tepat sasaran. Ada beberapa teknik penelitian dalam komunikasi pemerintahan, yaitu: (a) survey, (b) studi kasus, (c) analisa kegiatan, (d) analisa dokumen, dan (e) penelitian “follow-up”. Dalam kaitan dengan hal tersebut, pemkab Bandung Barat melakukan teknik berupa analisa kegiatan, yaitu melihat sejauhmana kegiatan R-TIK ini relevan dengan visi misi program Diskominfo KBB. Melalui teknik “analisa kegiatan” tersebut, maka diperlukan langkah selanjutnya, yaitu perumusan rencana (*planning*) strategi.

#### **Perencanaan (*Planning*)**

Setelah memperoleh fakta, tahap selanjutnya adalah membuat perencanaan yang tepat, sehingga mencapai sasaran

untuk meraih opini public. Perencanaan strategi memberi sumbangsih pada keberhasilan target sasaran. Strategi komunikasi ini dirancang untuk mencapai suatu tujuan, mempunyai target audiens, guna mendapat hasil yang diharapkan.

Dalam tahap perencanaan komunikasi ini ditujukan untuk adanya perubahan perilaku masyarakat, dimulai dari tahap pengenalan (untuk membuat kesadaran/*knowledge*), yaitu adanya perubahan kognitif, peningkatan pengetahuan dan pemahaman publik akan perlu adanya penyebaran informasi yang dapat diakses dan dikelola oleh komunitas R-TIK tersebut—melalui berbagai informasi baik melalui media massa maupun non-media sebagaimana komunikasi-komunikasi kelompok dalam komunitas atau lingkungannya.

Tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan, dalam hal ini tahap perubahan sikap (*attitude*) terjadinya perubahan opini atau kesadaran masyarakat sehingga mendorong kepedulian, dengan adanya kesadaran masyarakat, pada tahap ini mulai ada perubahan sikap akan lebih peduli untuk dapat bergabung dalam komunitas R-TIK, turut serta membuat jurnalisme warga (*citizen journalism*) terutama dalam membagikan berbagai informasi kegiatan yang dilakukan melalui website desa, dari warga oleh warga untuk warga, atau pemanfaatan media sosial untuk penyebarluasan informasi daerahnya.

Sebagai tahap akhir yaitu tahap pematangan dan pematangan, sasaran akhir adalah adanya perubahan perilaku masyarakat. Namun dalam hal ini warga yang tergabung ke dalam komunitas R-TIK ini tidak semua turut berpartisipasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Koordinator R-TIK KBB, hal ini dikarenakan adanya kendala selain perbedaan latarbelakang pendidikan juga faktor psikologis lainnya, seperti kurangnya percaya diri dan tidak mau terlibat jauh dalam mengikuti berbagai kegiatan program pemerintah setempat, dalam arti lebih mengutamakan kehidupan pribadi (kegiatan ekonomi masing-masing) daripada kegiatan kemasyarakatan.

### **Pelaksanaan**

#### ***(Actuating/Communicating)***

Dalam konteks pelaksanaan, hasil capaian dan program memerlukan publikasi di media sehingga para narasumber atau pejabat publik yang kompeten di bidangnya dituntut untuk dapat menyebarkan informasi terkait kegiatan Relawan TIK melalui media massa konvensional maupun media online.

Faktor penting dalam menyusun dan melakukan strategi komunikasi (*actuating/communicating*), adalah: (1) mengenal khalayak, (2) menyusun pesan, (3) menetapkan metode penyampaian, yang dilihat dari aspek cara pelaksanaan dan bentuk isinya. Cara pelaksanaan dapat dilihat dari metode *redundancy* atau pengulangan dan *canalizing* (penggunaan saluran/kanal). Sementara, bentuk isinya dikenal dengan metode informatif, persuasif, edukatif, dan koersif. Dalam hal ini, komunitas R-TIK KBB menggunakan metode yang bersifat informatif melalui media social; (4) pemilihan media komunikasi. Media sosial dan pemanfaatan website Desa dianggap menjadi media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan,

karena berdasarkan hasil wawancara disebutkan sasaran atau target pembentukan Relawan TIK ini diarahkan untuk para pemuda yang melek media terutama media-media baru. Pemanfaatan media baru inilah yang dijadikan sebagai medium penyampaian berbagai informasi terkait kegiatan komunitas R-TIK KBB.

### **Evaluasi (*Evaluation*)**

Tahap terakhir ini ditujukan untuk menyesuaikan sejauh mana program dan rencana yang telah dilakukan. Pada tahap evaluasi, Diskominfo KBB menilai pelaksanaan program secara menyeluruh, hambatan yang muncul selama kegiatan, mengukur sejauh mana pesan sesuai target sasaran, efisiensi kegiatan, dan sebagainya.

## **VI. Conclusion**

Merujuk pada hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan Diskominfo Kabupaten Bandung Barat dalam mengimplementasikan program KIM adalah sebagai berikut:

1. Proses research (*fact finding*) dengan cara analisis dokumen terkait KIM, perencanaan (*planning*) komunikasi ditunjukkan untuk adanya perubahan kognitif, perubahan sikap (*attitude*) hingga perubahan perilaku masyarakat, salah satunya dengan cara membuat jurnalisme warga melalui website Desa, membentuk komunitas Relawan TIK; pelaksanaan (*communicating/actuating*) diarahkan pada strategi mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media komunikasi; serta evaluasi

sejauhmana startegi komunikasi tersebut berhasil dilaksanakan efektif dan efisien.

2. Kegiatan atau aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfotik dalam mensosialisasikan kegiatan KIM di Kabupaten Bandung Barat adalah melalui kegiatan *R-TIK* (Relawan TIK) yang digagas masyarakat informasi Bandung Barat, melalui saluran-saluran media baru, seperti website Desa, facebook, twitter, dan media massa online terkait pemberitaan kegiatan R-TIK KBB ini.

Program R-TIK yang merupakan representasi dari Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kabupaten Bandung Barat diharapkan dapat diterapkan sebagai program dan kegiatan yang berkelanjutan dan berkesinambungan dengan terus berusaha untuk melakukan evaluasi dan monitoring secara menyeluruh, memanfaatkan semua pihak untuk terus bersinergi dalam memberikan informasi yang transparan mengenai berbagai kegiatan maupun kebijakan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.

### **REFERENCE**

- Arifin, Tatang M. 1985. *Menyusun Rencana Penelitian*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Beniger, James R. 1986. *The Control Revolution: Technological and Origins of The Information Society*. Cambridge, Mass: Harvard University

- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lexy J.Moleong. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Depdikbud.
- Manuel Castells. 2000. *The Rise of The Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*. Volume 1. Malden Blackwell. Second Edition.
- Miles & Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sutrisno Hadi. 1984. *Metode Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Webster, Frank. 2002. *Theories of The Information Society*. Cambridge: Rouledge.

### **Sumber Lainnya:**

- <http://diskominfotik.bandungbaratkab.go.id/>
- [https:// facebook.com/pg/rtikkbb/](https://facebook.com/pg/rtikkbb/)
- <http://jabarprov.go.id/>
- <http://litbangda.bandungbaratkab.go.id/>

Wawancara:

Riksa Fuadi, pada Maret 2018