

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota merupakan pusat peradaban dan pusat kehidupan manusia. Keberadaan kota terus berubah dan mengalami perkembangan signifikan serta membawa pengaruh besar dalam pola hidup manusia (Suhono *et al*, 2015 : 2). Perkembangan teknologi yang semakin pintar membuat konsep *smart* tidak hanya diterapkan pada berbagai perangkat, tetapi juga pada berbagai sistem atau tatanan. Salah satunya yang mencuat akhir-akhir ini adalah konsep *smart city*.

Konsep yang disebut sebagai kota pintar ini adalah sebuah konsep tatanan kota cerdas berbasis pelayanan, bersifat transparan dan berperan dalam memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan tepat. Dimana dalam hal ini kota memberikan pelayanan publik yang mudah diakses tanpa terbatas lokasi dan waktu. Selain itu, konsep kota pintar ini juga memang dihadirkan sebagai jawaban untuk pengelolaan sumber daya secara efisien. Dukungan aplikasi yang terus berkembang serta terciptanya ekosistem kreatif di bidang teknologi, merupakan langkah awal yang baik menuju kota pintar. Namun pada kenyataannya *smart city* tidak hanya berkaitan dengan teknologi. Konsep ini merupakan kombinasi antara teknologi baru dengan pola pikir cerdas tentang penggunaan teknologi dalam sebuah organisasi. (Suhono *et al*, 2015 : 3).

Bandung adalah kota yang penuh dengan daya pikat, cuaca, panorama alam, kuliner, ditambah masyarakatnya yang kreatif. Namun seiring dengan perkembangan dan penambahan penduduk, mulai timbul berbagai permasalahan seperti penurunan kualitas pelayanan publik, kemacetan di jalan raya, penumpukan sampah dan masalah-masalah sosial lainnya. Untuk menyelesaikan masalah-masalah tersebut, Bandung membutuhkan solusi yang cerdas, kreatif dan inovatif yang dijalankan oleh jajaran aparat pemerintah, dari pemimpin sampai ke tingkat terbawah, serta didukung komitmen penuh dari seluruh warganya.

Pada akhir Januari 2015, Walikota Bandung Ridwan Kamil menjelaskan bahwa Bandung memiliki jumlah penduduk sebanyak 2,5 juta jiwa. Enam puluh persen diantaranya merupakan warga dengan usia di bawah 40 tahun. Artinya mayoritas warga Bandung termasuk generasi muda yang cukup akrab dengan teknologi. Itulah alasan Ridwan Kamil kerap menggunakan bantuan teknologi untuk memperbaiki kinerja pemerintah, menaikkan mutu layanan publik, serta meningkatkan tingkat kebahagiaan masyarakat. Segala macam manfaat inilah yang Ridwan Kamil ingin tuju dalam membangun kota yang lebih cerdas – *Bandung Smart City*. Kota yang mampu memanfaatkan teknologi selaku alat bantu untuk tiga aspek pemerintahan *connecting, monitoring, dan internal controlling*. Ruang lingkup *smart city* nantinya mencakup antara lain bidang transportasi, kesehatan, pendidikan, energi, *e-government*, lalu lintas, *e-payment*, dan lain-lain (infokomputer.com diunduh pada 19 Februari 2016 pada pukul 07:00 WIB).

Namun sayangnya pemerintah Kota Bandung belum secara optimal memberikan informasi kepada masyarakat di Kota Bandung mengenai *smart city* ini. Dari riset yang sudah dilakukan, ternyata masih banyaknya masyarakat Kota Bandung (terutama usia 40 tahun kebawah) belum mengetahui adanya program *Bandung Smart City*. Padahal sebelumnya pada tahun 2015 Bandung yang memiliki banyak potensi ini menjadi satu-satunya kota yang mewakili Indonesia masuk kedalam finalis *World Smart City Awards*, bersama lima kota besar di dunia untuk inovasi *Smart City* menurut *Smart City Expo World Congress*.

Setelah melakukan observasi dan wawancara kepada berbagai pihak terhubung mengenai *Bandung Smart City*, faktanya masih minimnya media promosi yang digunakan oleh pemerintah Kota Bandung, kebanyakan informasi diberikan secara verbal melalui konferensi pers, penyuluhan kepada Komunitas Informasi Masyarakat dan melalui media seperti koran, radio juga situs-situs yang berkaitan langsung dengan pemerintahan yang memuat seluruh program kerja pemerintah. Sedangkan generasi muda di Kota Bandung pada saat ini bisa dikatakan kurang akrab dengan media-media tersebut. Dalam permasalahan ini, perlu adanya media promosi yang tepat, efektif dan menarik serta dapat menyajikan segala informasi mengenai

Bandung Smart City sehingga masyarakat khususnya generasi muda di Kota Bandung lebih paham dan tertarik untuk berpartisipasi dalam mensukseskan program *Bandung Smart City*.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan cuplikan data dan fakta yang telah diuraikan pada latar belakang masalah di atas, berikut akan diuraikan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana memperkenalkan dan menyajikan segala informasi mengenai *Bandung Smart City* secara tepat dan efektif kepada masyarakat Kota Bandung?
2. Bagaimana merancang media Desain Komunikasi Visual yang tepat, efektif dan menarik masyarakat Kota Bandung khususnya generasi muda mengenai *Bandung Smart City* ?

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, ruang lingkup permasalahan akan dibatasi pada penyampaian segala informasi mengenai program *Bandung Smart City* dan perancangan media promosi *Bandung Smart City*. Perancangan ini ditujukan untuk masyarakat usia 17-30 tahun khususnya generasi muda di Kota Bandung. Perancangan ditujukan untuk masyarakat baik pria maupun wanita dengan ekonomi menengah keatas di daerah perkotaan.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang ada diatas, maka tujuan dari diadakan perancangan yaitu sebagai berikut :

1. Memperkenalkan dan menyajikan segala informasi mengenai *Bandung Smart City* secara tepat dan efektif kepada masyarakat Kota Bandung melalui perancangan promosi.

2. Merancang media Desain Komunikasi Visual yang tepat, efektif dan menarik masyarakat Kota Bandung khususnya generasi muda mengenai *Bandung Smart City* dengan media promosi.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa sumber dan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Observasi

Untuk mendapatkan data yang akurat, salah satu cara yang penulis lakukan adalah dengan mengadakan observasi pasif. Peneliti melakukan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti agar lebih mengetahui secara lebih mendalam lingkungan dan juga permasalahan yang ada di dalamnya. Peneliti melakukan observasi dengan program-program yang sudah dijalankan oleh pemerintah dalam rangka pembangunan Kota Bandung sebagai *smart city*.

2. Wawancara

Untuk mendapatkan data yang lebih spesifik dan mendalam, maka dari itu penulis juga melakukan wawancara berencana (*standardized interview*) yaitu wawancara yang dilakukan dengan membuat pertanyaan yang telah direncanakan dan disusun terlebih dahulu. Wawancara dilakukan kepada narasumber dan instansi yang berkaitan seperti pada Sub-bagian Umum, dan Bidang Hubungan Masyarakat Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung.

3. Studi Pustaka

Penulis mengadakan penelitian dengan mempelajari dan membaca literatur-literatur pada sumber seperti website resmi dan terpercaya, buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian seperti teori *smart city*, teori promosi dan teori psikologi komunikasi.

4. Kuesioner

Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang diberikan kepada sejumlah responden untuk mendapatkan validasi data yang ingin dibuktikan. Kuesioner disebarakan pada masyarakat di Kota Bandung, berusia 17 sampai 30 tahun.



1.5 Skema Perancangan

