

**SOSIALISASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PEMERINTAH KOTA TANGERANG DALAM PROGRAM
TANGERANG *LIVE***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh:

Nama: Fauziyah

NIM: 1406015050

Peminatan: Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fauziah
NIM : 1406015050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam Program Tangerang *Live*

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Desember 2018

Yang Menyatakan



Fauziah

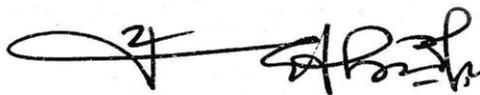
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah
Kota Tangerang dalam Program Tangerang *Live*
Nama : Fauziyah
NIM : 1406015050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti skripsi oleh :

Pembimbing I,



Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si

Pembimbing II,



Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom

Tanggal: 3 - 1 - 2019

Tanggal: 2 - 1 - 2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam Program Tangerang *Live*

Nama : Fauziah
NIM : 1406015050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 8 Desember 2018, dan dinyatakan LULUS.


Farida Hariyati, S. IP., M.I.Kom

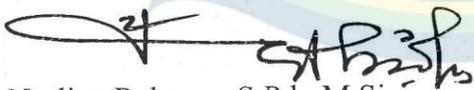
Penguji I

Tanggal: 27-12-2018


Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum

Penguji II

Tanggal: 03/1/2019


Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si

Pembimbing I

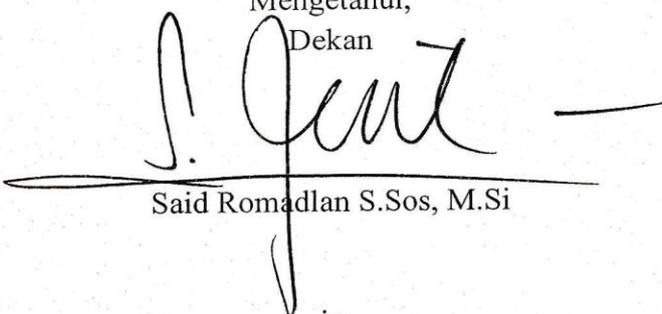
Tanggal: 31/1/2019


Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom

Pembimbing II

Tanggal: 2/1/2019

Mengetahui,
Dekan


Said Romadlan S.Sos, M.Si

ABSTRAK

Judul : Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam Program Tangerang *Live*

Nama : Fauziah

NIM : 1406015050

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 168+ xx halaman + 6 tabel + 27 gambar + 23 lampiran

Pemerintah Kota Tangerang meluncurkan aplikasi “TANGERANG *LIVE*” bertepatan dengan hari ulang tahun (HUT) ke-71 kemerdekaan Republik Indonesia. Aplikasi TANGERANG *LIVE* merupakan sebuah aplikasi layanan publik yang terdiri dari beberapa fitur layanan publik yang disediakan oleh Pemerintah Kota Tangerang melalui Dinas Kominfo sebagai Dinas terkait yang mensosialisasikan program Tangerang Live ini. Namun yang menjadi permasalahan dari program Tangerang Live yakni Aplikasi layanan publik (*e-public*) dan pemerintahan (*e-government*) Kota Tangerang yang sudah berjalan selama 2 tahun ini belum banyak dimanfaatkan warga. Dari sekitar 2 juta penduduk, terdata hanya sekitar 10 ribu orang yang menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti ingin meneliti bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang Live dan ingin meneliti faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang Live.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan teori-teori komunikasi seperti komunikasi organisasi, model komunikasi Berlo, teori informasi organisasi. Metodologi Penelitian yang digunakan yaitu metode studi kasus, dengan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian deskriptif untuk menjelaskan hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi yang diterapkan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang Live yaitu melalui komunikasi tatap muka seperti pameran, pembinaan, kunjungan acara dan komunitas serta bekerjasama dengan media sosial, media cetak, dan media elektronik untuk membantu proses sosialisasi.

Kata Kunci : Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika, Program Tangerang Live

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Puji syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya bagi kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat dan salam tak lupa penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad Saw yang telah membawa umat muslim dari alam gelap menuju alam pencerahan.

Penulisan skripsi dengan judul “Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam Program Tangerang *Live*” merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.Dr. HAMKA (FISIP UHAMKA).

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak penyusunan skripsi tidak akan terlaksana dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih, kepada :

1. Kedua orangtua peneliti, yang telah memberikan doa yang tulus, semangat dan dukungan dalam pembuatan skripsi.
2. Said Ramadlan, S.Sos., M.Si., Dekan FISIP UHAMKA.
3. Dr. Sri Mustika, M. Si., Wakil Dekan FISIP UHAMKA.
4. Dini Wahdiyati, S. Sos., M. I. Kom., Ketua Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
5. Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, & saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, & saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen FISIP UHAMKA yang sudah memberikan banyak ilmunya.
8. Seluruh teman angkatan 2014 FISIP UHAMKA, Khususnya bagi teman terbaikku Zakiah Adhawiyah dan Fauziyatunnaziah Terima kasih untuk canda tawa dan kebersamaannya dalam pengerjaan skripsi . dan Kania Khoirunnisa terimakasih telah membantu dalam pembuatan skripsi.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu peneliti mengharapkan masukan yang berguna sehingga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 26 November 2018

Fauziah

DAFTAR ISI

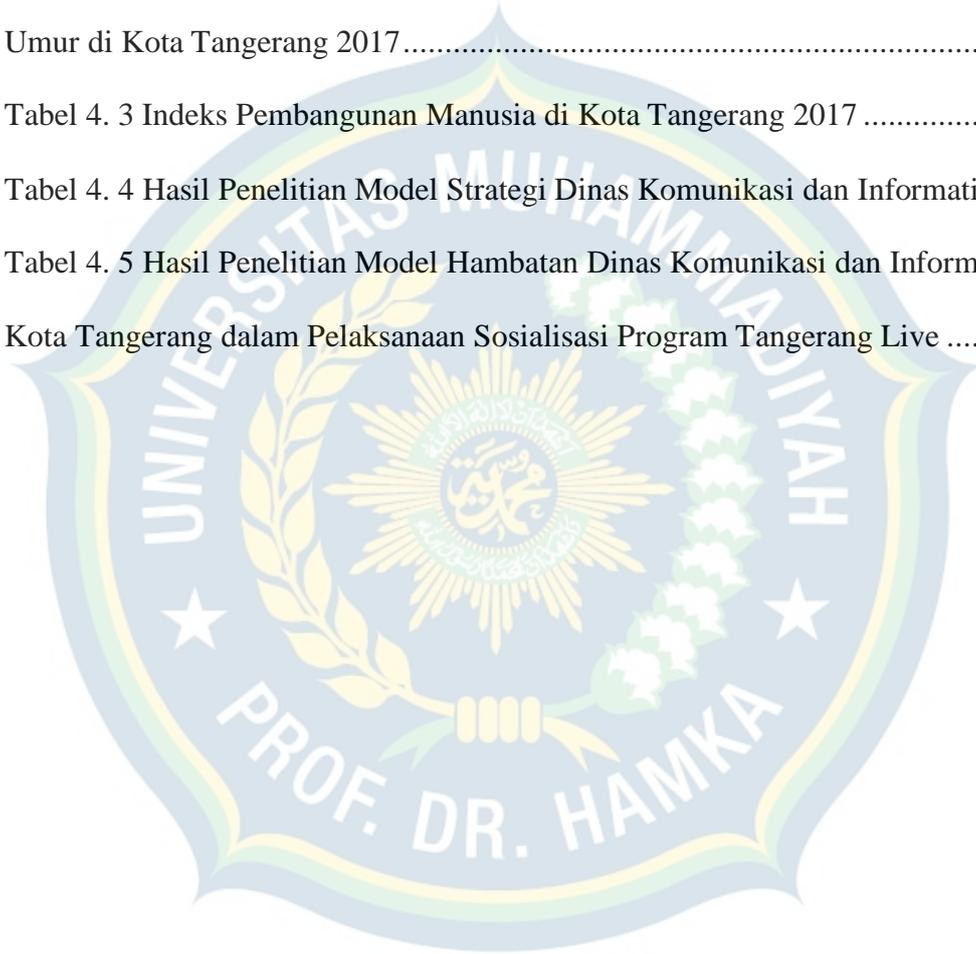
| | |
|------------------------------------|------|
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 13 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 13 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 26 |
| 1.3 Pembatasan Masalah..... | 26 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 26 |
| 1.5 Kontribusi Penelitian | 27 |
| 1.5.1 Kontribusi Akademis | 27 |
| 1.5.2 Kontribusi Metodologis | 27 |
| 1.5.3 Kontribusi Praktis | 27 |
| 1.5.4 Kontribusi Sosial | 28 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 28 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 31 |
| 2.1 Paradigma..... | 31 |
| 2.2 Hakekat Komunikasi..... | 32 |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi | 32 |
| 2.2.2 Fungsi Komunikasi | 34 |
| 2.2.3 Konteks Komunikasi..... | 35 |
| 2.2.4 Model Komunikasi Berlo | 38 |
| 2.3 Komunikasi Organisasi..... | 40 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.3.1 | Pengertian Komunikasi Organisasi..... | 40 |
| 2.3.2 | Elemen Komunikasi Organisasi | 41 |
| 2.3.3 | Karakteristik Komunikasi Organisasi | 42 |
| 2.3.4 | Fungsi Komunikasi Organisasi..... | 43 |
| 2.4 | Hubungan Masyarakat | 44 |
| 2.4.1 | Fungsi Humas..... | 45 |
| 2.4.2 | Tujuan Kegiatan Humas..... | 47 |
| 2.4.1 | Media Humas..... | 48 |
| 2.4.2 | Perencanaan Humas | 52 |
| 2.4.3 | Peran Humas..... | 53 |
| 2.4.4 | Ruang Lingkup Pekerjaan Humas | 54 |
| 2.4.5 | Humas Pemerintah..... | 55 |
| 2.5 | Sosialisasi..... | 56 |
| 2.6 | Teori Informasi Organisasi..... | 60 |
| 2.7 | Media Baru..... | 62 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 66 |
| 3.1 | Pendekatan, Jenis, Metode Penelitian | 66 |
| 3.1.1 | Pendekatan Kualitatif..... | 66 |
| 3.1.2 | Jenis Penelitian Deskriptif..... | 67 |
| 3.1.3 | Metode Studi Kasus | 68 |
| 3.2 | Penentuan Informan..... | 69 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan data | 70 |
| 3.3.1 | Wawancara mendalam | 70 |
| 3.3.2 | Observasi..... | 71 |
| 3.3.1 | Dokumentasi..... | 72 |
| 3.4 | Metode Analisis Data..... | 73 |
| 3.5 | Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian..... | 73 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 75 |
| 4.1. | Subjek Penelitian | 75 |
| 4.1.1. | Sejarah singkat Pemerintah Kota Tangerang..... | 75 |
| 4.1.2. | Bentuk dan Arti Lambang Kota Tangerang | 79 |

| | | |
|---------------------|--|-----|
| 4.1.3. | Visi Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang | 81 |
| 4.1.4. | Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang | 83 |
| 4.2. | Hasil Penelitian..... | 83 |
| 4.2.1 | Analisis Situasi | 84 |
| 4.2.2 | Perencanaan..... | 88 |
| 4.2.3 | Pelaksanaan | 93 |
| 4.2.4 | Hambatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dalam Pelaksanaan Sosialisasi Program Tangerang <i>Live</i> | 117 |
| 4.2.5 | Evaluasi..... | 122 |
| 4.3. | Pembahasan..... | 127 |
| 4.3.1. | Keterkaitan Penelitian dengan Komunikasi Organisasi | 128 |
| 4.3.2. | Keterkaitan Penelitian dengan Model Komunikasi Berlo | 130 |
| 4.3.3. | Keterkaitan Penelitian dengan Teori Informasi Organisasi | 130 |
| 4.3.4. | Keterkaitan Penelitian dengan Fungsi Humas Pemerintah..... | 131 |
| 4.3.5. | Keterkaitan Penelitian dengan Perencanaan Humas | 132 |
| 4.3.6. | Keterkaitan Penelitian dengan Manajemen Humas..... | 133 |
| 4.3.7. | Keterkaitan Penelitian dengan Humas Pemerintah | 134 |
| 4.3.8. | Keterkaitan Penelitian dengan Sosialisasi | 135 |
| 4.3.9. | Keterkaitan Penelitian dengan Media Baru | 136 |
| 4.3.10. | Keterkaitan Penelitian dengan <i>Community Relations</i> | 137 |
| BAB V PENUTUP..... | | 140 |
| 5.1. | Kesimpulan | 140 |
| 5.2. | Saran-saran | 141 |
| 5.2.1. | Saran Akademis..... | 141 |
| 5.2.2. | Saran Metodologis | 142 |
| 5.2.3. | Saran Praktis..... | 142 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | ix |
| LAMPIRAN | | ix |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian..... | 74 |
| Tabel 4. 1 Penduduk menurut Kelompok Umur, dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang 2017 | 77 |
| Tabel 4. 2 Angka Partisipasi Sekolah menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur di Kota Tangerang 2017..... | 78 |
| Tabel 4. 3 Indeks Pembangunan Manusia di Kota Tangerang 2017 | 78 |
| Tabel 4. 4 Hasil Penelitian Model Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika | 126 |
| Tabel 4. 5 Hasil Penelitian Model Hambatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dalam Pelaksanaan Sosialisasi Program Tangerang Live | 127 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2. 1 Model Komunikasi Berlo..... | 39 |
| Gambar 4. 1 logo Kota Tangerang | 79 |
| Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Dinas Kominfo Tangerang | 83 |
| Gambar 4. 3 Sosialisasi pegawai Pemkot Tangerang | 89 |
| Gambar 4. 4 Pembinaan Kelurahan Kota Tangerang | 91 |
| Gambar 4. 5 Pameran Dinas Kominfo Kota Tangerang | 94 |
| Gambar 4. 6 Dinas Kominfo Tangerang dan Relawan TIK..... | 95 |
| Gambar 4. 7 <i>Stand</i> Komunitas Relawan TIK..... | 96 |
| Gambar 4. 8 Dinas Kominfo dengan Komunitas peduli sampah | 97 |
| Gambar 4. 9 Dinas Kominfo dan Kader PKK Kota Tangerang | 99 |
| Gambar 4. 10 Pembinaan dengan ASN | 100 |
| Gambar 4. 11 Dinas Kominfo dan anggota paskibra Kota Tangerang | 102 |
| Gambar 4. 12 Dinas Kominfo dan Kang Nong Kota Tangerang | 103 |
| Gambar 4. 13 Walikota Tangerang menghadiri acara “ <i>Community Enabling Smart City</i> ” | 105 |
| Gambar 4. 14 Koran Kota Benteng | 107 |
| Gambar 4. 15 Kalender dan brosur..... | 108 |
| Gambar 4. 16 Baliho..... | 109 |
| Gambar 4. 17 Tangerang TV..... | 110 |
| Gambar 4. 18 akun youtube Pemkot Tangerang | 112 |
| Gambar 4. 19 Postingan aplikasi Tangerang Live..... | 113 |
| Gambar 4. 20 tanggapan masyarakat melalui instagram Pemkot Tangerang | 116 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu proses atau kegiatan penyampaian pesan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat berinteraksi baik secara perorangan, kelompok ataupun organisasi. Semakin banyak manusia melakukan aktivitas berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, maka akan semakin banyak informasi yang didapatkan dan semakin besar peluang keberhasilan seseorang itu dalam kehidupannya.

Menurut Lasswell (Mulyana, 2012:69), terdapat lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: Sumber (*source*) adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/tujuan, yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu, menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, atau perubahan perilaku.

Menurut Miller (dalam Mulyana, 2008:68), komunikasi menciptakan kondisi kondusif yang akan berimbas pada hasil kerja dan tujuan pada suatu lembaga/instansi. Seperti halnya Pada sebuah lembaga, untuk menciptakan kegiatan kerja yang baik dan kondusif harus ditunjang dengan iklim komunikasi organisasi yang baik, karena kepuasan komunikasi organisasi mempengaruhi perilaku orang-orang yang berada di dalam organisasi tersebut. Komunikasi yang efektif dapat mencapai saling pengertian antara pegawai dan pimpinan sehingga terbentuk kondisi yang dapat memotivasi pegawai untuk menunjang kinerjanya. Karena iklim organisasi mempengaruhi usaha anggota organisasi sehingga nantinya organisasi dapat mengambil tindakan yang paling tepat untuk mengembangkan organisasi.

Proses penyampaian informasi kepada masyarakat tentunya dengan menggunakan strategi komunikasi yang baik dan efektif, agar tercapai suatu tujuan yang maksimal. Penyampaian informasi kepada masyarakat tentunya tidak terlepas dari Humas yang memiliki peranan untuk menyampaikan Informasi kepada masyarakat, dan menjelaskan lebih mendalam tentang program yang telah direncanakan agar berjalan dengan baik dan lancar.

Dalam lembaga Pemerintahan, Humas sangat dibutuhkan untuk menyebarluaskan Informasi dan Kebijakan Pemerintah kepada publik untuk menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi Pemerintah. Maka

dari itu sikap dan pelayanan yang baik sangat penting demi terciptanya citra dan reputasi yang baik. Humas pemerintah harus dapat mengkomunikasikan kebijakan, program pemerintah, rencana kerja, dan capaian kinerja kepada masyarakat luas. Untuk berkomunikasi dengan publik, Humas pemerintah juga mendekatkan diri melalui media, baik melalui media konvensional, iklan, dan media baru.

Esensi Humas di dunia pemerintahan adalah membuat berbagai program Pemerintah yang dapat membentuk, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati rakyat atau publik. Citra sengaja diciptakan Humas dalam dunia pemerintahan dalam bentuk *events* (kegiatan-kegiatan), kampanye dan program-program (Ardianto, 2011:30).

Seiring dengan perkembangan teknologi dewasa ini, media massa terus berkembang hingga memunculkan adanya media baru, seperti internet. Media baru atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009:50). Kini media massa digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan dan memperoleh informasi. Sama halnya dengan pemerintahan, media sosial saat ini memungkinkan komunikasi antara pemerintah dan warga Negara berlangsung dengan baik dan cepat. Humas pemerintah menggunakan berbagai bentuk media komunikasi berbasis internet, seperti situs, portal

berita, blog, Aplikasi layanan publik (*e-public*) dan pemerintahan (*e-government*) dan media sosial. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial ini menjadi salah satu cara dalam mempromosikan serta menyebarluaskan program dan kebijakan pemerintah serta berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat sehingga tercapai saling pengertian untuk kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat. Berkembangnya teknologi informasi ini memberikan dampak yang sangat banyak pada kehidupan manusia. Informasi lebih mudah diakses dan diketahui oleh khalayak dalam waktu yang sangat singkat dan cepat.

Sebagai masyarakat modern di era globalisasi ini, masyarakat tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang pesat dan masuk ke ranah perkotaan, tidak mau kalah dengan kota-kota maju lainnya, Pemkot Tangerang mempunyai tujuan untuk menjadikan Kota Tangerang sebagai *Smart City*.

Kota Tangerang merupakan sebuah kota yang terletak di Provinsi Banten. Kota Tangerang berbatasan dengan kabupaten Tangerang disebelah utara dan barat, Kota Tangerang Selatan disebelah selatan, serta Daerah Khusus Ibukota Jakarta disebelah timur. Tangerang merupakan kota terbesar di Provinsi Banten serta terbesar ketiga di kawasan Jabodetabek setelah Jakarta dan Bekasi. Kota Tangerang terdiri dari 13 kecamatan yang terbagi dalam 104 Kelurahan. Kota Tangerang memiliki berbagai macam Dinas dalam Pemerintahan, salah satunya adalah Dinas Komunikasi dan Informatika.

Smart City menjadi sebuah impian dari hampir semua negara di dunia. dengan *Smart City*, data dan informasi yang berada di setiap sudut kota disajikan sesuai dengan kebutuhan pengguna melalui aplikasi yang dapat diakses oleh berbagai jenis gadget. masyarakat kini bisa mendapatkan informasi mengenai kegiatan di pemerintahan, sistem lalu lintas, lowongan pekerjaan, layanan perizinan dan banyak hal lagi. Melalui gadgetnya, secara interaktif pengguna juga dapat mengirimkan saran atau menjadi sumber data, dengan cara mengirimkan informasi atau saran ke pusat data untuk dikonsumsi oleh pengguna yang lain.

Salah satu keuntungan dari *smart city* adalah dapat menciptakan perencanaan dan pengembangan kota layak huni yang lebih baik di masa depan, seperti masyarakat kota dapat mencari pekerjaan dengan adanya layanan siap kerja yang dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan, memiliki akses untuk mendapatkan layanan pendidikan dan kesehatan yang layak, hidup dalam komunitas yang aman dan lingkungan yang bersih serta memiliki sistem pelayanan publik yang cepat dan mudah. *Smart city* juga membuat sistem transportasi menjadi lebih efisien dan terintegrasi sehingga meningkatkan mobilitas masyarakatnya. *Smart city* juga dapat memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat dengan pelayanan masyarakat yang lebih baik.

Smart city menjadi konsep pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi untuk semua sektor yang lebih luas dari sekedar *e-Gov*. *Smart city* adalah konsep pemanfaatan *ICT* untuk semua kegiatan di daerah, tidak

hanya kegiatan pemerintahan lewat *e-Gov* namun mencakup banyak hal. Misalnya sistem pengendali lampu lalu-lintas, sistem parkir terpadu, sistem pengaturan listrik untuk *public-utility*, sistem pemantau polusi udara/lingkungan, sistem peringatan dini (*early warning system*).¹

Belakangan ini cukup ramai terlihat sejumlah Gubernur, Bupati, maupun Walikota, diberbagai belahan nusantara yang secara sadar, bersemangat mencanangkan misi pembentukan *smart city* di daerahnya masing-masing seperti Jakarta, Bandung, Makassar, Surabaya, Semarang dan kota-kota lainnya. Pemerintah Kota Tangerang pun tidak mau kalah dan menyusul meluncurkan aplikasi “TANGERANG *LIVE*” bertepatan dengan hari ulang tahun (HUT) ke-71 kemerdekaan Republik Indonesia. Aplikasi Tangerang *Live* merupakan kumpulan dari sejumlah aplikasi yang telah ada sehingga warga Tangerang tak perlu lagi mengunduh satu per satu aplikasi, tetapi cukup mengunduh satu aplikasi Tangerang *Live* maka sudah mencakup sejumlah aplikasi.²

Aplikasi TANGERANG *LIVE* merupakan sebuah aplikasi layanan publik yang terdiri dari beberapa fitur layanan publik yang sudah ada dan disediakan oleh Pemerintah Kota Tangerang melalui Dinas Kominfo sebagai Dinas terkait. Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Tangerang merupakan Dinas yang memiliki tugas

¹ <http://teknoliputan6.com/read/2213171/smart-city-dan-e-government-apa-bedanya>, diakses tanggal 20 April, pukul 5:10

² <https://www.antaraneews.com/berita/579279/tangerang-live-kumpulan-aplikasi-pelayanan-pemkot-resmi-tersedia>, diakses tanggal 21 April, pukul 4:15

pokok penyusunan dan pelaksana kebijakan urusan Pemerintahan daerah dibidang komunikasi dan informatika, dari mulai penyuluhan, sosialisasi, serta layanan-layanan yang berkaitan dengan teknologi dan informasi. Dinas Kominfo Kota Tangerang bidang Desiminasi Informasi dan Komunikasi Publik adalah pelaksana Program Pemerintah serta yang mensosialisasikan program Tangerang *Live* ini.

Adapun layanan Aplikasi yang tersedia di aplikasi Tangerang *Live* yakni 1) *LIVE NEWS* atau berita terbaru seputar Pemerintah Kota Tangerang, mulai dari kegiatan Walikota, Wakil Walikota, hingga program Dinas lainnya, serta kegiatan terbaru yang sedang terjadi. 2) *LAKSA* atau layanan Aspirasi Kotak Saran Anda. Yaitu, aplikasi layanan untuk masyarakat Kota Tangerang bila terjadi banjir, kemacetan, lampu penerangan, jalan rusak dll. Operator Tangerang *Live* akan merespon dan mengirimkan ke petugas terkait. bila pekerjaannya sudah selesai akan difoto untuk memberitahu pelapor. 3) *DARURAT 112* merupakan fitur bila terjadi kecelakaan dan kebakaran, terintegrasi dengan operator seluler dan penyelenggara lokal sehingga dapat digunakan dengan gratis. 4) *SIAP KERJA* atau pencari kerja yang sudah disiapkan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang ditambah fitur ini menghimpun Info lowongan kerja. 5) *E-PAPER* adalah Koran digital yang membahas kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Tangerang, Organisasi Perangkat Daerah (OPD), DPRD, PKK dan kegiatan masyarakat Kota Tangerang juga disajikan dalam bentuk Koran bernama Kota Benteng. 6) *SEGAR*

atau Sistem Informasi Harga pasar, dengan fitur ini masyarakat Kota Tangerang bisa mengetahui harga bahan pokok seperti di Pasar Anyar, Pasar Bandeng, Pasar Jatiuwung dan pasar lainnya di Kota Tangerang. 7) SIMPATI RS atau Sistem Informasi tempat tidur Rumah Sakit dengan fitur ini masyarakat dapat mengetahui ketersediaan kamar tidur di Rumah Sakit Kota Tangerang. 8) PERIZINAN ONLINE berupa fitur pelayanan untuk mengajukan berbagai macam izin, supaya menghindari praktek pungutan liar perizinan di Kota Tangerang.

Smart city di Kota Tangerang ini merupakan sebuah Program yang diciptakan oleh Pemerintah Kota Tangerang dan dikembangkan oleh Dinas Kominfo Kota Tangerang. Pemkot Tangerang berharap dengan Aplikasi Tangerang *Live*, Masyarakat Tangerang akan lebih cepat mendapatkan informasi secara mudah dalam pelayanan untuk kemajuan Kota Tangerang. Pemkot Tangerang pun bekerja sama dengan kepolisian, Dishub dan DKP (Dinas kebersihan dan pertamanan) untuk membantu jika ada laporan dari masyarakat yang berhubungan dengan masalah keamanan dan kebersihan. Bekerja sama dengan BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) untuk membantu jika ada laporan dari masyarakat yang berhubungan dengan bencana kebakaran. Bekerja sama dengan Dinas PUPR (Dinas pekerjaan umum dan penataan ruang) untuk membantu jika ada laporan dari masyarakat yang berhubungan dengan masalah infrastruktur jalan dan banjir, dengan cepat langsung memperbaikinya. Hal itu untuk mewujudkan Kota Tangerang yang aman dan nyaman.

Konsep yang disebut kota pintar ini diharapkan dapat menggambarkan sebuah tatanan kota cerdas yang bisa berperan dalam memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan mudah mengenai pelayanan masyarakat, informasi seputar Pemerintahan, dan dapat mengintegrasikan semua infrastruktur termasuk jalan, jembatan, terowongan, rel kereta, bandara, pelabuhan, komunikasi, air, dan listrik. Dengan begitu dapat membantu memberikan solusi penyelesaian masalah, membangun partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan data, aplikasi, Selain itu, kota pintar ini juga memang dihadirkan sebagai jawaban untuk pengelolaan sumber daya secara efisien.

Namun yang menjadi permasalahan dari program Tangerang *Live* yakni Aplikasi layanan publik (*e-public*) dan pemerintahan (*e-government*) Kota Tangerang, Tangerang *Live* belum banyak dimanfaatkan warga. Dari sekitar 2 juta penduduk, terdapat hanya sekitar 10 ribu orang yang menggunakan aplikasi tersebut. Wali Kota Tangerang, Arief R Wismansyah menilai hal tersebut lantaran tidak seluruhnya warga merupakan pengguna aktif *smartphone*.³ Demi terwujudnya Program Tangerang *Live* ini dibutuhkan peran Dinas Kominfo Tangerang dalam mensosialisasikan Program agar masyarakat dapat mengetahui program yang diluncurkan oleh Pemkot Tangerang ini serta dapat menggunakan aplikasi Tangerang *Live*.

³ <https://www.merdeka.com/peristiwa/mewujudkan-kota-tangerang-live.html>, diakses tanggal 21 April pukul 11:35

Sosialisasi adalah salah satu bentuk kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyebarluaskan informasi tertentu tentang suatu program kerja/kegiatan organisasi kepada publik dengan maksud untuk diketahui dan diukung oleh publik (Mulyana, 1999:68). Dalam membuat suatu Program yang akan disosialisasikan yaitu dengan menyebarkan informasi serta menanamkan nilai yang disampaikan dengan memberikan penerangan kepada khalayak, perlunya sebuah pendekatan yang dilakukan secara persuasif, baik secara langsung atau melalui media. Sosialisasi yang dilakukan diharapkan dapat terjadi perubahan sikap khalayaknya. Sosialisasi inilah yang nantinya akan mempengaruhi keberhasilan program yang diluncurkan oleh Pemerintah Kota Tangerang.

Dalam lembaga Pemerintahan Kota Tangerang terdapat 2 divisi kehumasan, Humas Pemerintahan berada pada bagian Protokol Sekretariat Daerah dan pada Dinas Kominfo adalah bidang Desiminasi Informasi dan Komunikasi Publik. Aplikasi Tangerang Live ini disosialisasikan oleh Dinas kominfo Kota Tangerang bidang Desiminasi Informasi dan Komunikasi Publik. Bidang Desiminasi Informasi dan Komunikasi Publik ini mempunyai tugas merumuskan dan melaksanakan kebijakan, pengelolaan opini publik, sumber daya Komunikasi Publik, kemitraan komunikasi, layanan Informasi Publik, pengelolaan Informasi Publik dan media Publik.

Dari hal ini terlihat bahwa Dinas Kominfo memiliki peran penting untuk melaksanakan program, mengelola dan mengembangkannya agar berjalan dengan optimal, sehingga Dinas Kominfo Kota Tangerang bekerja ekstra dalam mensosialisasikan program Tangerang live ini, termasuk dalam mempublikasikan kepada masyarakat umum sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dalam program ini. Maka dari itu, jelas bahwa keberhasilan dari program Tangerang Live tidak terlepas dari bagaimana peran Dinas Kominfo menjalankan kerja Humas untuk mensosialisasikan program dan bagaimana partisipasi masyarakat karena pada dasarnya keberhasilan program Pemerintah ini tergantung dari tingkat partisipasi masyarakat, semakin tinggi tingkat partisipasi masyarakat maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilannya.

Penulis mengkaji beberapa skripsi yang berkaitan dengan pembahasan yang akan penulis teliti mengenai “Sosialisasi Program” secara umum sebagai berikut:

1. Verida Indri S, Universitas Negeri Yogyakarta, program studi pendidikan administrasi perkantoran tahun 2016 dengan judul penelitian “Pelaksanaan *Public Relations* dalam sosialisasi program Jaminan sosial ketenagakerjaan di kantor BPJS ketenagakerjaan gunung kidul Yogyakarta”. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *public relations* dalam sosialisasi program jaminan sosial ketenagakerjaan di kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul Yogyakarta, media apa saja yang digunakan, hambatan

dan upaya dalam mengatasi hambatan tersebut. Analisis data pada penelitian ini dimulai dari tahap reduksi yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

2. Bhenat Kahfi Dommy, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tahun 2015, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dengan judul penelitian “Sosialisasi Program Mobile Community Access Point Dishub Kominfo Kabupaten Serang sebagai Sumber Edukasi Telematika bagi para Siswa/siswi SMP Bayt Qur’an”. Adanya Program Mobile Community Access Point dishub kominfo kabupaten Serang sebagai sumber edukasi telematika diharapkan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan belajar yang cepat. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan dan menggambarkan penjelasan tentang edukasi Telematika bagi Siswa/siswi SMP Bayt Qur’an yang dilakukan oleh dishub kominfo kabupaten serang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penulis mengumpulkan data dengan observasi & wawancara.
3. Harry Gunawan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru tahun 2013, fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dengan judul penelitian “Strategi Humas BKKBN dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana di Provinsi Riau”. Metode yang penulis gunakan adalah Deskriptif Kualitatif terhadap data yang penulis dapatkan yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan dilapangan

melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas BKKBN dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana di Povinsi Riau. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa humas BKKBN Provinsi Riau dalam mensosialisasikan Program keluarga berencana tidak bekerja dengan sendirinya, humas memerlukan peran komunikator baik dari pihak internal maupun eksternal, selain itu humas juga bekerjasama dengan pihak media massa baik media cetak maupun media elektronik agar mempermudah dalam proses mensosialisasikan program keluarga berencana di Provinsi Riau.

Dari penjelasan penelitian terdahulu, penulis melakukan perbandingan dengan beberapa penelitian terdahulu, beberapa penelitian tersebut sangat menjadi acuan dalam penelitian ini. Apabila jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, karena pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*.

Permasalahan ini menarik untuk diteliti, karena program tangerang live merupakan program baru yang diadakan oleh Pemerintah kota Tangerang untuk mempermudah Masyarakat Tangerang mendapatkan informasi secara mudah dalam pelayanan untuk kemajuan Kota Tangerang, serta untuk mengetahui bagaimana sosialisasi yang

dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*?
2. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*?

1.3 Pembatasan Masalah

Sesuai dengan penelitian diatas dalam meneliti, adanya pembatasan dalam penelitian yaitu, pada penelitian ini hanya fokus pada Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam Program Tangerang *Live*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*.

1.5 Kontribusi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan wawasan dalam perkembangan ilmu komunikasi dan memberikan penerapan tentang teori informasi organisasi dalam sebuah perusahaan khususnya bagi organisasi yang mengelola informasi.

1.5.2 Kontribusi Metodologis

Secara metodologis penelitian ini menggunakan metode studi kasus yakni metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek kelompok, suatu program dari organisasi yakni “Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*”. Periset bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Periset menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi-dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

1.5.3 Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kota Tangerang untuk dapat terus berinovatif dalam menciptakan program yang berkualitas untuk Masyarakat Kota Tangerang. dengan adanya aplikasi Tangerang *live* ini diharapkan dapat mempermudah Masyarakat Tangerang untuk mendapatkan

informasi secara mudah dalam pelayanan untuk kemajuan Kota Tangerang.

1.5.4 Kontribusi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki banyak manfaat bagi seluruh masyarakat Kota Tangerang, dengan adanya aplikasi Tangerang *Live* ini dapat memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi masyarakat Kota Tangerang karena lebih meningkatkan pelayanan masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

Susunan skripsi ini terdiri dari 5 bab, antara lain BAB I sebagai pendahuluan, BAB II Landasan Teori, BAB III Metodologi Penelitian, BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, BAB V Kesimpulan dan saran.

BAB I : Pendahuluan.

Pendahuluan terdapat beberapa sub bab yaitu latar belakang yang berisikan tentang kondisi umum atau situasi umum dari suatu gejala atau fenomena yang akan diteliti. perumusan masalah merupakan inti dari latar belakang masalah. pembatasan penelitian merupakan batasan dalam penelitian. tujuan penelitian berisi rumusan yang ingin dicapai dari penelitian ini. kontribusi penelitian berisi rumusan yang ingin diberikan peneliti baik dari kontribusi akademis, kontribusi metodologis, kontribusi praktis, kontribusi sosial. sistematika penulisan yang berupa uraian singkat bab demi bab.

BAB II : Landasan Teori.

Pada bab ini dijelaskan tentang Paradigm Penelitian, Hakekat Komunikasi (pengertian komunikasi, model komunikasi, elemen komunikasi, fungsi komunikasi, konteks komunikasi), Model Komunikasi Berlo, Komunikasi Organisasi (pengertian Komunikasi organisasi, elemen komunikasi organisasi, karakteristik komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi), Humas (pengertian humas, fungsi humas, tujuan kegiatan humas, media humas, perencanaan humas, peran humas, ruang lingkup kerja humas, humas pemerintah), Sosialisasi (pengertian sosialisasi model perencanaan sosialisasi), Teori Informasi organisasi, Media Baru.

BAB III : Metodologi Penelitian.

Pada bab ini dijelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, metode penentuan informan, metode pengumpulan data, metode analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Pada bab ini dijelaskan tentang gambaran umum lembaga, sejarah, visi misi, bentuk, struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, hasil penelitian Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live* dan faktor yang menghambat pelaksanaan Sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dalam program Tangerang *Live*, pembahasan keterkaitan penelitian dengan komunikasi organisasi, model

komunikasi, teori informasi organisasi, fungsi humas pemerintah, perencanaan humas, manajemen humas, humas nonprofit, sosialisasi, media baru, *Community Relations*.

BAB V : Penutup.

Didalam bab Penutup ini yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang menyangkut masalah penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Anggoro, M. Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara

Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Jakarta: Widya Padajajaran

_____.2011. *metodologi penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Burhan, Bungin. 2006. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo

Creeber, G. dan Martin, R. 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: open University Press

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

-----, 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan praktek)*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Eriyanto. 2011. *Analisis isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Hendrix, Jerry A. 2007. *Public Relations Cases*. Washington: Thomson Wadsworth.

Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga Effendy

Kriyantono, Rachmat.2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Grup.

LittleJohn dan Foss. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

- Masmuh, Abdullah. 2008. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Pers
- Moleong, Lexy. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Muhammad, Arni. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____.2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : Grafindo Persada
- Pace, Wayne dan Don F. Faules. 2010. *Komunikasi Organisasi: Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2013. *Metode penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada
- _____.2001. *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Severin, W.J dan J.W Tankard. 2007. *“Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan terapan di dalam Media Massa”*. Jakarta : Kencana
- Soerjono soekanto. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grapindo Persada
- Theaker, Alison. 2004. *The Public Relations Handbook*. Oxfordshire:Routledge.

West, Turner. 2008. *“Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi”*. Jakarta : Salemba Humanika

Widjaja. 2000. *Public Relation*. Jakarta: Bumi aksara.

Website :

<http://tekno.liputan6.com/read/2213171/smart-city-dan-e-government-apa-bedanya>, diakses tanggal 20 April, pukul 5:10

<https://www.antaraneews.com/berita/579279/tangerang-live-kumpulan-aplikasi-pelayanan-pemkot-resmi-tersedia>, diakses tanggal 21 April, pukul 4:15

<https://www.merdeka.com/peristiwa/mewujudkan-kota-tangerang-live.html>, diakses tanggal 21 April pukul 11:35

Jurnal dan skripsi:

Verida Indri S. 2016. *“pelaksanaan Public Relations dalam sosialisasi program jaminan sosial ketenagakerjaan di kantor BPJS ketenagakerjaan gunung kidul Yogyakarta”*. program studi pendidikan administrasi perkantoran. Universitas Negeri Yogyakarta.

Bhenat Kahfi dommy.2015. *“Sosialisasi Program Mobile Community Acess Point Dishub Kominfo Kabupaten Serang sebagai sumber edukasi telematika bagi para siswa/siswi SMP Bayt Qur’an”*. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Harry Gunawan.2013. *“strategi Humas BKKBN dalam mensosialisasikan program keluarga berencana di Provinsi Riau”*. fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.