

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Kota Bandung

Secara geografis, Kota Bandung terletak di tengah-tengah Provinsi Jawa Barat, serta berada pada ketinggian kurang lebih 768 meter di atas permukaan laut. Kota Bandung memiliki luas wilayah 16.731 hektar, yang secara administratif terbagi atas 30 kecamatan, 151 kelurahan, 1.561 RW, dan 9.691 RT. Kecamatan terluas adalah Kecamatan Gedebage, dengan luas 958 hektar dan kecamatan terkecil adalah wilayah Kecamatan Astana Anyar dengan luas 89 hektar. Sedangkan jumlah penduduk Kota Bandung tahun 2012 tercatat 2.655.160 jiwa, terdiri dari 1.358.623 laki-laki, dan 1.296.537 perempuan.

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung 2016			
Kelompok Umur Age Group	Jenis Kelamin/Sex		Jumlah Total
	Laki-laki Male	Perempuan Female	
-1	-2	-3	-4
0-4	104 902	100 864	205 766
5-9	98 508	93 126	191 634
10-14	88 699	85 562	174 261
15-19	110 047	112 442	222 489
20-24	133 694	125 767	259 461
25-29	119 981	110 133	230 114
30-34	110 668	103 220	213 888
35-39	99 556	97 814	197 370
40-44	92 623	92 183	184 806
45-49	80 276	82 214	162 490
50-54	69 264	70 530	139 794
55-59	56 285	57 289	113 574
60-64	37 156	35 864	73 020
65-69	25 307	27 163	52 470
70-74	16 271	17 599	33 870
75+	13 939	21 676	35 615
Jumlah/Total	1 257 176	1 233 446	2 490 622
<small>Sumber /Source: Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035/ Indonesia Population Projection 2010-2035 (diolah)</small>			

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2016

Sumber: (Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kota Bandung, 2016)

Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2011 – 2017 (Persen)	
Tahun	LPE (%)
2011	7,91
2012	8,53
2013	7,84
2014	7,72
2015	7,64
2016*	7,79
2017**	7,21

Sumber : BPS Kota Bandung
Cat: 2011 – 2017 : dihitung berdasarkan SNA 2008 dan ADHK 2010
*Angka Sementara
**Angka Sangat Sementara

Gambar 1.2 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2011-2017

Sumber: (Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung, 2011-2017)

Berdasarkan Gambar 1.2, laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung dari tahun 2011-2017 memiliki hasil yang fluktuatif. Dapat dilihat dari tahun 2011 ke tahun 2012 laju pertumbuhan ekonomi meningkat sebesar 0,62%. Semenjak tahun 2012, laju pertumbuhan ekonominya terus menurun hingga tahun 2015 hingga akhirnya bisa naik kembali di tahun 2016.

melanjutkan pendidikannya ke STM Negeri Tasikmalaya yang lulus pada tahun 1982. Pada tahun 2017, Oded resmi menyanggah gelar Sarjana Ilmu Administrasi Negara dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pasundan (UNPAS) (Radja, 2017).

Setelah lulus STM, pada tahun 1983 Mang Oded bekerja di IPTN (PTDI) selama 16 tahun menjadi pembuat duku cadang pesawat dan menjadi anak buah Bapak Habibie untuk memproduksi pesawat. Pada tahun 1999, PTDI mengalami masa kelam dan memberhentikan sejumlah besar karyawan, termasuk Oded. Sebelum ia memutuskan untuk masuk ke bidang politik, terlebih dahulu ia memiliki profesi sebagai penjual es tongtong. Usahanya berjalan cukup lama hingga akhirnya pada tahun 2016, usahanya tidak berlanjut lagi. (Perdana, 2018).

Beberapa penghargaan yang diraih Oded Muhammad Danial diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Best Innovation on Metropolitan 2019 (Nursyabani, 2019)
2. BIG Governance 2019 (Nursyabani, 2019)
3. Gold Indonesia Attractiveness Award 2019 (Awal, 2019)

Program prioritas kerja Oded Muhammad Danial dan Yana Mulyana dalam kurun waktu lima tahun untuk Kota Bandung tercantum dalam laporan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2018-2023. Didalam RPJMD dipaparkan visi, misi, dan tujuan dan sasaran Pemerintah Kota Bandung berdasarkan pertimbangan arah pembangunan jangka panjang daerah, kondisi, permasalahan, dan tantangan pembangunan yang dihadapi serta isu-isu strategis, maka Visi Kota Bandung Tahun 2018-2023 yaitu **“TERWUJUDNYA KOTA BANDUNG YANG UNGGUL, NYAMAN, SEJAHTERA, DAN AGAMIS”**

Penjabaran visi tersebut adalah sebagai berikut:

Bandung : Meliputi seluruh wilayah dan isinya. Artinya Kota Bandung dan seluruh warganya yang berada di dalam satu kawasan dalam batas-batas tertentu yang berkembang sejak tahun 1810 hingga sekarang.

Unggul : Dengan berbagai capaian prestasi yang telah diraih pada periode sebelumnya, maka Pemerintah Kota Bandung akan terus berusaha untuk menjadi yang terbaik disetiap sektor serta tetap menjadi contoh bagi daerah lain dalam bentuk terobosan bagi pembangunan

daerah. Dukungan SDM Kota Bandung yang berkualitas baik secara fisik dan mental akan berdampak positif tidak hanya terhadap peningkatan daya saing dan kemandirian daerah, namun juga dalam mendukung pembangunan Kota Bandung.

Nyaman : Dalam rangka menjaga kesinambungan pembangunan, maka kualitas infrastruktur yang sudah baik harus terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan dampak terhadap kualitas lingkungan. Pemenuhan kebutuhan dasar manusia seperti tanah, air dan udara harus terpenuhi dengan baik sehingga nyaman untuk ditinggali dengan ruang-ruang kota dan infrastruktur pendukungnya yang responsif terhadap berbagai aktifitas dan perilaku penghuninya. Kebutuhan ruang dalam konteks pelaksanaan pembangunan harus tetap berpihak terhadap lingkungan.

Sejahtera : Kesejahteraan lahir dan batin yang ingin diwujudkan merupakan kesejahteraan yang berbasis pada individu, keluarga dan lingkungan sebagai dasar pengokohan sosial. Masyarakat sejahtera tidak hanya dalam konteks lahiriah dan materi saja, melainkan juga sejahtera jiwa dan batiniah. Kesejahteraan dalam arti yang sejati adalah keseimbangan hidup yang merupakan buah dari kemampuan seseorang untuk memenuhi tuntutan dasar seluruh dimensi dirinya meliputi ruhani, akal, dan jasad. Kesatuan elemen ini diharapkan mampu saling berinteraksi dalam melahirkan masa depan yang cerah, adil dan makmur. Keterpaduan antara sejahtera lahiriah dan batiniah adalah manifestasi dari sejahtera yang paripurna. Kesejahteraan seperti inilah yang akan membentuk kepercayaan diri yang tinggi pada masyarakat Kota Bandung untuk mencapai kualitas kehidupan yang semakin baik hingga menjadi teladan bagi kota lainnya.

Agamis : Merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan, manifestasi dari kesempurnaan kehidupan beragama sebagai wujud perintah Tuhan bahwa tujuan akhir dari kehidupan beragama harus mampu menjadi rahmat bagi alam semesta. Terwujudnya masyarakat yang agamis

adalah kondisi yang harus hadis sepanjang tahun 2018-2023. Dalam masyarakat yang agamis semua warga masyarakat mengamalkan ajaran agama masing-masing ke dalam bentuk cara berfikir, bersikap dan berbuat. Ajaran agama tidak saja hanya dijadikan kegiatan ritual namun juga diimplementasikan ke dalam pencapaian pelaksanaan pembangunan dan pengembangan sosial kemasyarakatan.

Terdapat lima misi dalam pencapaian visi diatas, yang salah satunya sudah berjalan pada masa Ridwan Kamil sebagai wali kota, yaitu “Menghadirkan Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif, Bersih, dan Melayani”. Namun kini Mang Oded melanjutkan misi itu dengan pembaharuan baru, yaitu “Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Melayani, Efektif, Efisien, dan Bersih”.

Misi 2 : Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang melayani, efektif, efisien, dan bersih

Tujuan	Indikator Tujuan	Sasaran	Indikator Sasaran
2. Terlaksananya Reformasi Birokrasi yang Efektif dan Efisien	2.1 Indeks Reformasi Birokrasi	2.1. Meningkatnya Kapasitas dan Akuntabilitas Kinerja Birokrasi	2.1.1.1 Persentase Perangkat Daerah dengan nilai IKM baik 2.1.1.2 Nilai Evaluasi AKIP Kota 2.1.1.3 Nilai LPPD Kota 2.1.1.4 Opini BPK terhadap Laporan Keuangan Daerah 2.1.1.5 Level Kematangan Smart City Kota Bandung

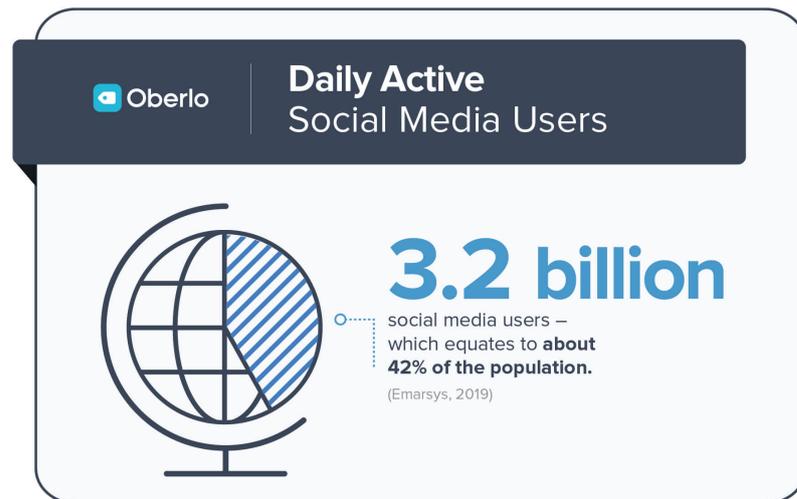
Gambar 1.4 Misi Nomor 2 Kota Bandung 2018-2023

Sumber: (RPJMD, 2019)

Adapun sasaran yang ingin dicapai, yaitu “Meningkatnya Kapasitas dan Akuntabilitas Kinerja Birokrasi”. Adapun indikator yang menggambarkan pencapaian kinerja terkait Meningkatnya kualitas pelayanan Level Kematangan *Smart City* Kota Bandung (RPJMD, 2019).

1.2. Latar Belakang Penelitian

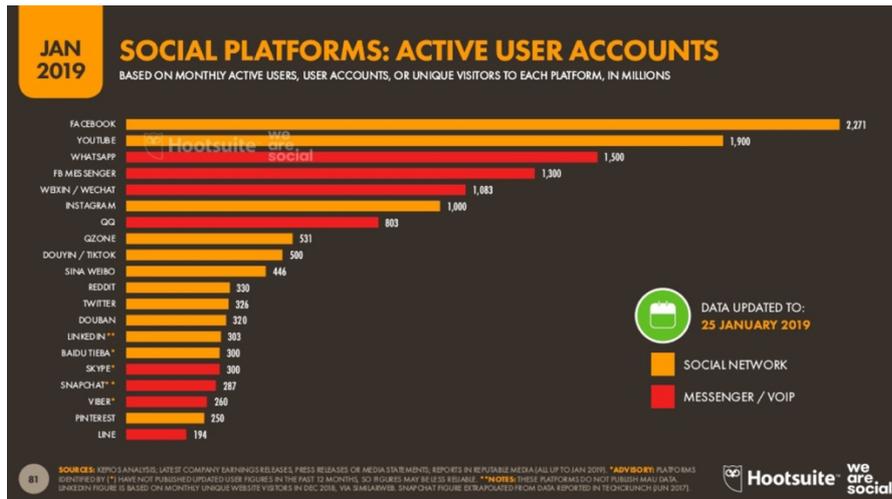
Media sosial telah mengubah cara masyarakat di dunia menjalani hidupnya, dari cara menyampaikan berita hingga cara berinteraksi dengan orang lain. Media sosial sudah tersedia dimana pun dan tidak dapat dihindari karena media sosial memiliki dampak yang kuat pada kehidupan masa kini.



Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Media Sosial per Hari

Sumber: (Mohsin, 2019)

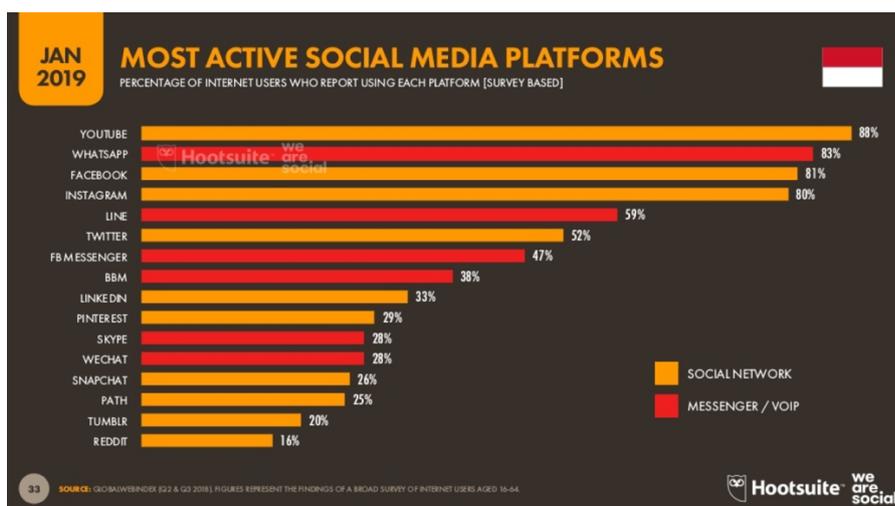
Penggunaan media sosial di seluruh dunia terus meningkat. Hal ini tidak dapat diragukan lagi karena media sosial adalah salah satu aktivitas online paling populer yang dilakukan pengguna internet. Menurut Tjepkema (2019), pengguna media sosial per hari mulai 2019 menunjukkan bahwa ada 3,2 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia dan jumlah ini akan terus bertambah. Itu setara dengan sekitar 42% dari populasi saat ini.



Gambar 1.6 Ranking Platform Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak

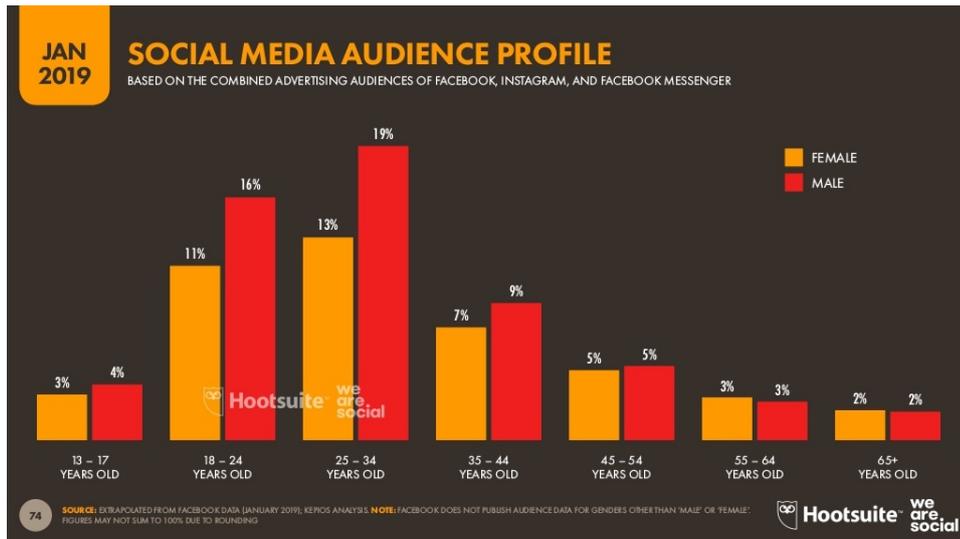
Sumber: (Kemp, 2019)

Berdasarkan data pada Gambar 1.6, media sosial berbasis jaringan sosial/social network yang memiliki pengguna aktif terbanyak yaitu *Facebook*, *Youtube*, dan *Instagram*. Hal ini serupa dengan data yang menyatakan bahwa di Indonesia pun, *Instagram* menduduki peringkat ketiga sebagai media sosial yang memiliki pengguna aktif terbanyak. Maka dapat disimpulkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang cukup diminati. Hal ini dijelaskan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.7 Pengguna Aktif Instagram Di Indonesia

Sumber: (Kemp, 2019)



Gambar 1.8 Pengguna Media Sosial Di Dunia Berdasarkan Umur

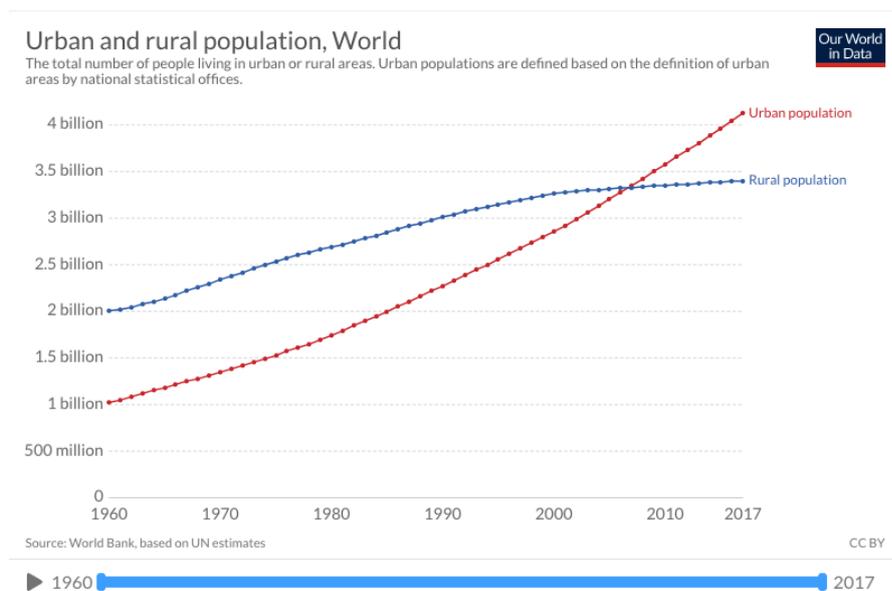
Sumber: (Kemp, 2019)

Data pengguna aktif pada Gambar 1.6 dan Gambar 1.7 diperkuat oleh data pada Gambar 1.8 dengan adanya perbedaan umur pengguna *Instagram* di dunia yang didominasi oleh kalangan milenial, yaitu orang-orang yang berumur 18-34 tahun. Dengan kata lain, generasi millennial menjadi generasi dengan penggunaan media sosial tertinggi. Di sisi lain, pengguna media sosial dari rentang usia 35-65 tahun keatas cenderung lebih rendah. Dengan adanya fenomena generasi millennial mendominasi penggunaan media sosial, kepemimpinan pemerintahan harus beradaptasi dengan situasi tersebut.

Menurut Korzynski (2013) *platform* media sosial harus memainkan peran yang lebih penting dalam organisasi ukuran besar, karena akan lebih sulit untuk menyampaikan informasi dari eksekutif ke tingkat yang lebih rendah menggunakan saluran komunikasi tradisional. Menurut Fleishman, et al. dalam Korzynski (2013), teori kepemimpinan situasional awalnya diciptakan antara tahun 1940-an sampai 1960-an. Para ahli berpendapat bahwa pemimpin yang efektif dapat mengembangkan dan mengadopsi gaya atau perilaku tertentu seperti pertimbangan (perilaku yang mencerminkan persahabatan, kehangatan, kepercayaan), dan inisiasi struktur (perilaku yang menentukan peran dan tanggung jawab pengikut, memberikan arahan, instruksi). Menurut Hersey & Blanchard dalam Korzynski (2013), model kepemimpinan situasional yang diusulkan oleh Hersey & Blanchard

mengasumsikan bahwa pemimpin yang efektif dan sukses mengadopsi gaya atau perilaku yang sesuai dengan situasi. Para pemimpin yang paling sukses mampu menyamai gaya kepemimpinan mereka (mengatakan, menjual, mendelegasikan, dan berpartisipasi) dengan tingkat kedewasaan pengikut mereka. Kepemimpinan yang efektif tidak hanya tergantung pada orang atau kelompok yang sedang dipengaruhi, tetapi juga pada tugas, pekerjaan atau fungsi yang perlu diselesaikan.

Saat ini, 55% dari populasi dunia yang tinggal di daerah perkotaan, proporsi yang diperkirakan akan meningkat menjadi 68% pada tahun 2050. Proyeksi menunjukkan bahwa urbanisasi, perubahan dalam kediaman populasi manusia dari pedesaan ke perkotaan, dikombinasikan dengan keseluruhan pertumbuhan populasi dunia dapat menambah 2,5 miliar orang lagi ke wilayah perkotaan pada tahun 2050, dengan hampir 90% peningkatan ini terjadi di Asia dan Afrika, menurut data PBB pada tanggal 16 Mei 2018 (PBB, 2018).

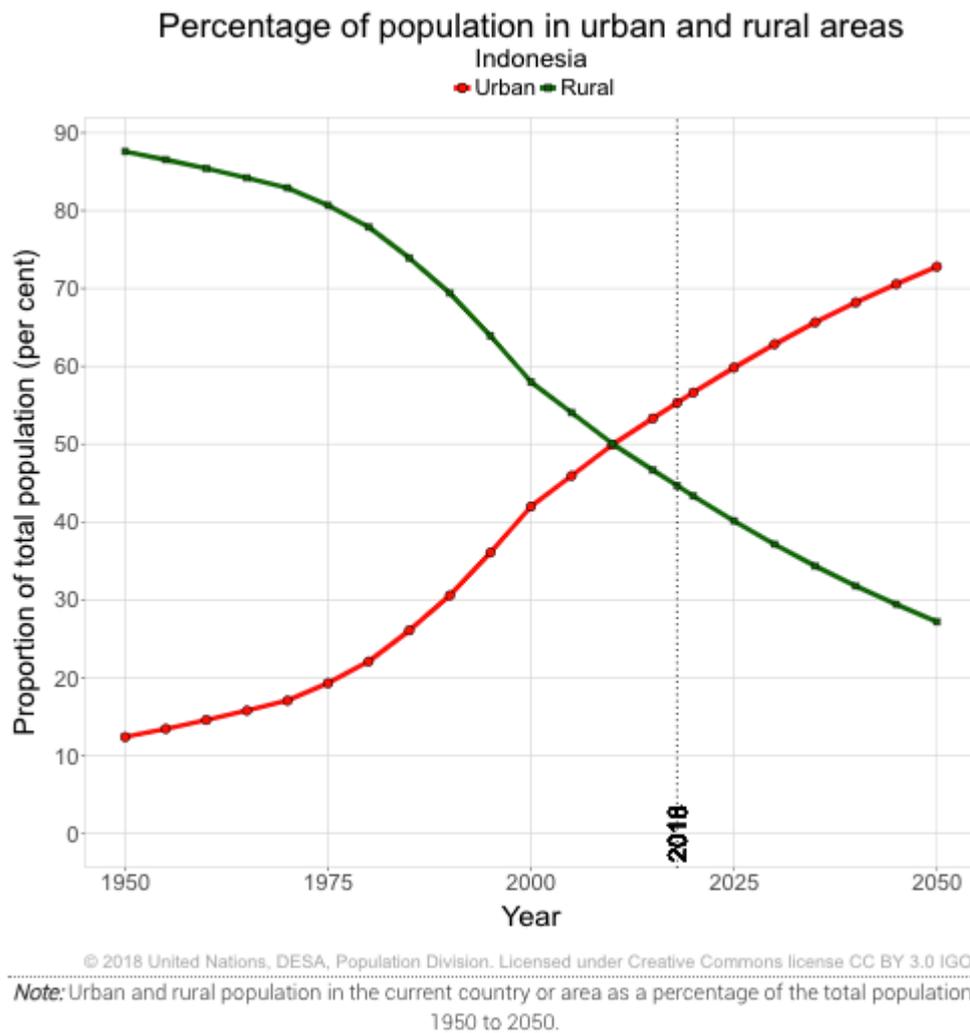


Gambar 1.9 Persentase Populasi Urban dan Rural di Dunia

Sumber: (Hannah & Roser, 2018)

Sesuai dengan Gambar 1.9, pada tahun 1960 ada dua kali lebih banyak orang di dunia yang hidup di daerah *rural* (pedesaan) yaitu 2 miliar orang dibandingkan dengan *urban* (perkotaan) yaitu 1 miliar orang. Selama paruh kedua abad ke-20 kesenjangan ini ditutup, bukan sebagai akibat dari penurunan absolut

dalam populasi pedesaan, tetapi melalui pertumbuhan yang cepat di daerah perkotaan. Pada tahun 2007, populasi *rural* dan *urban* kira-kira sama pada 3,33 miliar orang. Sejak titik persimpangan pada tahun 2007 populasi perkotaan terus meningkatkan dengan cepat sementara populasi pedesaan hanya tumbuh sedikit. Pada tahun 2016 diperkirakan 4 miliar orang tinggal di daerah *urban* (perkotaan), dan 3,4 miliar di *rural* (pedesaan).



Gambar 1.10 Persentase Populasi Urban dan Rural di Indonesia

Sumber: (PBB, 2018)

Pada Gambar 1.10, menjelaskan bahwa populasi *urban* di Indonesia semakin lama semakin meningkat. Sedangkan untuk populasi *rural* semakin

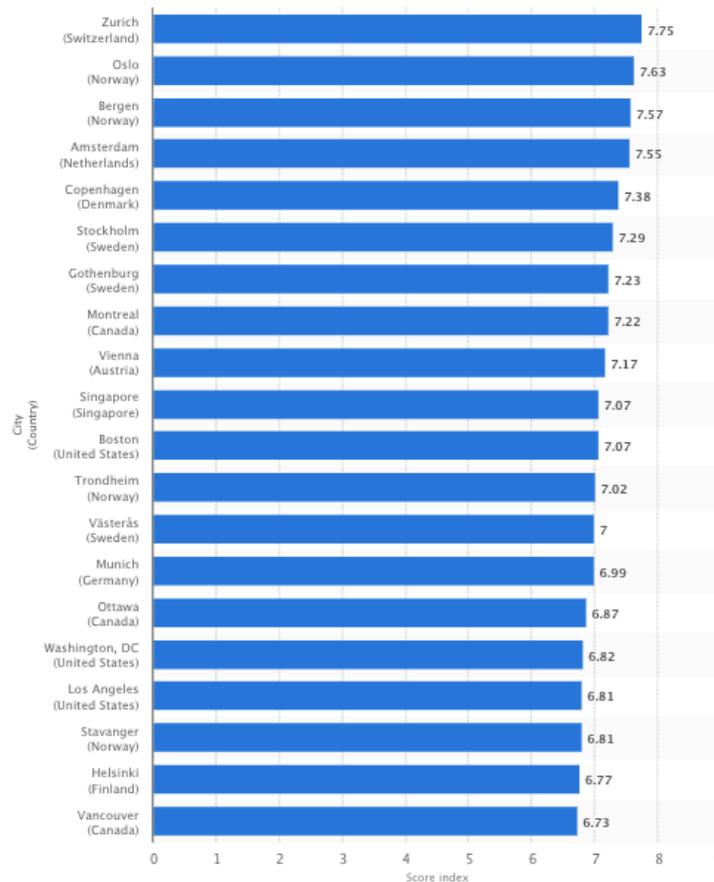
menurun. Diprediksi bahwa pada tahun 2025, 60% dari penduduk Indonesia akan berpindah tempat tinggal ke perkotaanan (urbanisasi).

Skenario saat ini mengharuskan kota untuk menemukan cara untuk mengelola tantangan baru. Kota-kota di seluruh dunia telah mulai mencari solusi yang memungkinkan hubungan transportasi, penggunaan lahan campuran, dan layanan perkotaan berkualitas tinggi dengan efek positif jangka panjang pada ekonomi (Albino, et al., 2015). Banyak pendekatan baru yang terkait dengan layanan perkotaan didasarkan pada pemanfaatan teknologi, termasuk TIK untuk membantu menciptakan apa yang disebut dengan “*smart cities*”. Kebutuhan untuk menyeimbangkan pembangunan sosial dan pertumbuhan ekonomi dalam konteks urbanisasi yang tinggi adalah pendorong utama minat dunia pada "*smart city*" (Letaifa, 2015). Konsep *Smart City* adalah ikon dari kota yang berkelanjutan dan layak huni yang didefinisikan pertama kali oleh IBM (sebuah perusahaan teknologi besar di dunia).

IBM mendefinisikan *Smart City* sebagai kota yang mengoptimalkan penggunaan semua informasi yang saling terhubung dan tersedia saat ini untuk lebih memahami dan mengendalikan operasinya dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang terbatas (Cosgrove, et al., 2011). Terdapat enam jenis pembagian komponen *Smart City* menurut Lombardi, et al. (2012) yaitu *Smart Economy*, *Smart Mobility*, *Smart Environment*, *Smart People*, *Smart Living* dan *Smart Governance*.

Urbanisasi tak hanya terjadi di Indonesia, namun juga di seluruh dunia. Oleh karena itu implementasi *Smart City* sudah banyak dilakukan di seluruh dunia. Berikut beberapa kota di dunia yang saat ini menjadi urutan teratas dalam mengimplementasikan *smart city* pada tahun 2019:

Index score of leading smart cities worldwide in 2019



Gambar 1.11 Skor Smart Cities Urutan Teratas 2019

Sumber: (Wang, 2019)

Pada Gambar 1.11, skor setiap kota didasarkan pada berbagai kategori, yaitu transportasi dan mobilitas, keberlanjutan, tata kelola, inovasi ekonomi, digitalisasi, standar hidup, dan persepsi para ahli. Secara lebih rinci, indeks ini juga mencakup penyediaan parkir dan mobilitas yang cerdas, tingkat daur ulang, dan ekosistem di antara faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan standar hidup. Menurut Wang (2019), definisi kota pintar dapat sangat bervariasi dan didasarkan pada kebutuhan dinamis warga kota. Mobilitas tampaknya menjadi aplikasi *smart city* paling penting bagi banyak kota, terutama kota-kota di Eropa. Misalnya, layanan e-hailing (Contoh di Indonesia: GOJEK) tersedia di sebagian besar kota pintar terkemuka. Penyebaran teknologi yang pintar akan menggabungkan mobilitas, utilitas,

kesehatan, keamanan, perumahan dan keterlibatan masyarakat akan menjadi prioritas terpenting bagi *Smart Cities* di masa depan.

Smart city menjadi salah satu inovasi yang kini gencar dibangun di Indonesia sebagai salah satu langkah modernisasi dan adopsi teknologi ke sektor yang lebih luas, karena seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Indonesia juga mengalami tingkat urbanisasi yang tinggi dari tahun ke tahun. Jakarta, Makassar, Bandung, dan Yogyakarta adalah contoh dari kota-kota di Indonesia yang sedang mencoba mengadopsi konsep *smart city* (Atoasi, 2018).

Pada masa kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Wali Kota Bandung periode 2013-2018, ia memiliki misi “Menghadirkan Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif, Bersih, dan Melayani” dengan sasaran “Terbukanya aksesibilitas bagi warga terhadap informasi pembangunan dengan strategi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi dalam diseminasi program pembangunan dan pelayanan publik menuju Bandung *Smart City*”, dengan arah kebijakan (a) Membuka layanan jaringan media partisipasi, aspirasi, dan pengaduan publik yang terakses selama 24 jam; (b) Pelayanan jaringan teknologi informasi di area publik; (c) Peningkatan penggunaan Teknologi Informasi Komunikasi dalam pelayanan publik menuju *cyber city*; (d) Tersedianya infrastruktur Teknologi Komunikasi dan Informatika (RPJMD, 2014).

Menurut Kamil (2014), upaya yang masih dalam proses ini perlu dibangun enam unsur dimensi untuk mewujudkan *Smart City*, yaitu:

1. Ekonomi Pintar (*Smart Economy*)
2. Lingkungan Pintar (*Smart Environment*)
3. *Branding* Pintar (*Smart Branding*)
4. Masyarakat Pintar (*Smart People*)
5. Kehidupan Pintar (*Smart Living*)
6. Pemerintah Pintar (*Smart Governance*)

Keenam unsur tersebut merupakan suatu cara untuk mewujudkan Bandung sebagai kota yang berbasis *Smart City*. Adapun program-program yang saat ini sudah berjalan. Berikut program-program tersebut yang mewakili setiap unsur *Smart City* (Program Kota Cerdas, 2018), yaitu:

Program-program Smart City yang Sudah Berjalan						
Smart Governance	Pelayanan Publik	Mobil Mapeling (Memberikan Pelayanan Keliling)	Pelayanan Pajak Online			
	Kebijakan Publik	BPG (<i>Bandung Planning Gallery</i>)				
	Birokrasi	e-RK (Elektronik Remunerasi Kerja)	Sira (E-Planning dan E-Budgeting)			
Smart Branding	Pariwisata	Bandung Menakjubkan	<i>Stunning Bandung</i>			
	Tampilan	Taman Tematik				
	Bisnis	GAMPIL (Gadget Mobile for License)				
Smart Economy	Industri	<i>Little Bandung</i>	Portal WUB (Wira Usaha Bandung)			
	Transaksi	Revitalisasi Pasar Tradisional				
	Kesejahteraan	Kredit Melati (Melawan Rentenir)				
Smart Living	Industri	GPS (Gerakan Pungut Sampah)	Forum Rembung Peduli Bandung	Relawan Disiplin Lalu Lintas	Relawan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi)	Forum Kerukunan Antar Umat Beragama
	Mobilitas	<i>Area Traffic Control System (ATCS)</i>	Bosch (<i>Bike Sharing</i>)	<i>E-Parking</i>		
	Kesehatan	Layad Rawat	Kekasih (Kendaraan Konseling Silih Asih)			
Smart People	Pembelajaran	Bandung Masagi				
	Komunitas	Magrib Mengaji	Subuh Berjamaah			
	Kesehatan	Bandung <i>Panic Button</i>	<i>Call Center</i> 112	Pemadam Kebakaran 113		
Smart Environment	Perlindungan	Penegakkan Perda K.3				
	Limbah	Biopori, Biodigester, TPS Terpadu	Kendaraan Penyapu Jalan	Pasukan GOBER (Gorong dan Kebersihan)		
	Energi	Sistem Cerdas Pengelolaan Air	Sistem Cerdas Pengelolaan Udara			

Gambar 1.12 Program-program Smart City yang Sudah Berjalan

Sumber: (SmartCity Programs, 2018)

Setelah masa jabatan Ridwan Kamil berakhir pada tahun 2018, beliau diangkat menjadi Gubernur Jawa Barat. Selanjutnya, posisi wali kota Bandung dijabat oleh Oded Muhammad Danial yang sebelumnya merupakan wakil wali kota Bandung pada tahun 2013-2018. Dalam menyampaikan informasi mengenai program-program Kota Bandung yang sedang berjalan, baik Ridwan Kamil mau pun Oded, keduanya menggunakan beberapa media untuk menjangkau masyarakat, termasuk media sosial.

Penggunaan media sosial merupakan salah satu upaya yang disebutkan dalam Laporan RPJMD 2014-2018 untuk mendekatkan pelayanan publik kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi mengenai program *Smart*

City. Ridwan Kamil sebagai Wali Kota Bandung saat itu menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi kepada masyarakat Kota Bandung. Media sosial Ridwan Kamil memiliki *followers* yang sangat banyak, mengindikasikan bahwa masyarakat dalam jumlah besar tersebut mendapatkan informasi mengenai program-program kerja berdasarkan unggahan Ridwan Kamil.

Sedangkan penggunaan media sosial oleh Oded Muhammad Danial semenjak menjabat menjadi wali kota pada tahun 2018 sampai sekarang memiliki *followers* yang cukup banyak. Namun jika dibandingkan dengan *followers* media sosial Ridwan Kamil, *followers* media sosial Oded cenderung lebih sedikit. Berikut perbandingan *followers* beberapa media sosial Ridwan Kamil dan Oded Muhammad Danial.

Tabel 1.1 Perbandingan Followers Media Sosial

Media Sosial	Jumlah Followers	
	Ridwan Kamil	Oded Muhammad Danial
<i>Twitter</i>	3.730.498	18.556
<i>Instagram</i>	10.964.774	72.244
<i>Facebook Fanpage</i>	3.435.008	21.724

Sumber: Olahan Peneliti per Tanggal 10 September 2019

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa ada perbedaan jumlah *followers* dari masing-masing media sosial Ridwan Kamil dan Oded Muhammad Danial. Media sosial Twitter milik Ridwan Kamil memiliki *followers* hingga 3juta orang, sedangkan Oded hanya memiliki 18ribu. Hal serupa juga terlihat dari *followers Instagram* dan *Facebook Fanpage* dimana Ridwan Kamil memiliki jutaan *followers* dan Oded hanya memiliki puluhan ribu *followers*. Selain itu dapat dilihat bahwa media sosial *Instagram* merupakan media sosial yang paling banyak memiliki *followers*.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana penggunaan media sosial Instagram Oded Muhammad Danial berdasarkan *caption* pada unggahan yang dilakukan selama periode 20 September 2018 hingga 31 Oktober 2019. Adapun Judul dalam penelitian ini adalah “**Analisis Penggunaan Media Sosial “Instagram” Oded Muhammad Danial dalam**

Memperkenalkan atau Mengsosialisasikan Program Pemerintah *Smart City* dengan Pendekatan Analisis Konten (Berdasarkan akun *Instagram* Wali Kota Bandung @mangoded_md Periode 20 September 2018 hingga 31 Oktober 2019)".

1.3. Perumusan Masalah

Bandung merupakan kota yang sedang menjalankan program *Smart City*. Penerapan program *Smart City* ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Bandung. Adapun enam prioritas area Bandung *Smart City* yaitu:

1. Ekonomi Pintar (*Smart Economy*)
2. Lingkungan Pintar (*Smart Environment*)
3. *Branding* Pintar (*Smart Branding*)
4. Masyarakat Pintar (*Smart People*)
5. Kehidupan Pintar (*Smart Living*)
6. Pemerintah Pintar (*Smart Governance*)

Kepemimpinan pemerintah kota merupakan faktor penting keberhasilan penerapan *Smart City*. Oleh karena itu, kepemimpinan Oded Muhammad Danial sangat mempengaruhi keberhasilan Bandung *Smart City*. Sebelum Oded menjabat sebagai wali Kota Bandung, Ridwan Kamil merupakan sosok wali kota yang pertama kali memperkenalkan *Smart City* di Bandung dan beliau dikenal aktif menggunakan media sosial *Twitter* untuk berinteraksi dengan masyarakat. *Twitter* digunakan oleh Ridwan Kamil untuk menyampaikan program-program kerja Pemerintah Kota Bandung, yang salah satunya adalah Program Bandung *Smart City*.

Dengan pergantian Wali Kota Bandung yang baru, Oded juga menggunakan media sosial sebagai salah satu alat komunikasi dengan masyarakat. Dari semua media sosial yang Oded miliki, *Instagram* ialah media sosial yang memiliki paling banyak *followers*. Data pada Gambar 1.7 juga memperkuat bahwa warga Indonesia sangat sering menggunakan Instagram. Melalui penggunaan *Instagram* oleh Oded Muhamad Danial dalam mengkomunikasikan dan memsosialisasikan program Bandung *Smart City* ingin diketahui gambaran penggunaan media sosial *Instagram* Oded Muhammad Danial dalam mewujudkan program-program enam area prioritas Bandung *Smart City*.

Permasalahan dari penelitian ini ialah dengan berkembangnya era digitalisasi, semakin banyak pemimpin yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Dengan terus bertambahnya jumlah populasi di suatu kota, penggunaan media sosial oleh pemimpin dapat dipertimbangkan sebagai langkah yang efektif untuk mengkomunikasikan program-program kerjanya. Penelitian dengan kasus seperti ini pun masih tidak banyak dilakukan.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Kepemimpinan merupakan salah satu faktor keberhasilan *Smart City*. Oded Muhammad Danial merupakan sosok wali kota yang terbuka dalam berinteraksi menggunakan media sosial kepada masyarakat Kota Bandung. Khususnya melalui *Instagram* pribadi beliau. Dengan demikian, maka pertanyaan penelitian adalah:

1. Bagaimana gambaran *caption* pada foto atau video yang diunggah oleh Oded Muhammad Danial dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan program *Smart City* terhadap masyarakat Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran penggunaan sosial media Wali Kota Bandung Oded Muhammad Danial dalam memperkenalkan atau mensosialisasikan Bandung *Smart City* berdasarkan komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan di *Instagram*?

1.5. Tujuan Penelitian

Kepemimpinan merupakan salah satu faktor keberhasilan *Smart City*. Oded Muhammad Danial merupakan sosok wali kota yang terbuka dalam berinteraksi menggunakan media sosial kepada masyarakat kota Bandung melalui *Instagram* pribadi beliau. Dengan demikian, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran *caption* pada foto atau video yang diunggah oleh Oded Muhammad Danial dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan program *Smart City* terhadap masyarakat Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui penggunaan media sosial Oded Muhammad Danial dalam memperkenalkan atau mensosialisasikan Bandung *Smart City* berdasarkan komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan di *Instagram*.

1.6. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan peneliti tentang Bandung *Smart City* dan penggunaan media sosial Instagram Wali Kota Bandung Oded Muhammad Danial.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya:

1.6.1. Aspek Teoritis

Kegunaan penelitian ini dari aspek teoritis ialah:

- a. Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu tentang analisis penggunaan media sosial dengan menggunakan analisis konten.
- b. Untuk sebagai acuan dan referensi bagi penelitian lain yang lebih mendalam.

1.6.2. Aspek Praktis

Kegunaan penelitian ini dari aspek praktis ialah untuk mengetahui penggunaan media sosial *Instagram* Wali Kota Bandung dalam mengkomunikasikan program *Smart City* berdasarkan hasil analisis konten *Instagram* milik Oded Muhammad Danial.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah:

1. Data *caption* pada gambar yang digunakan berasal dari akun pribadi Oded Muhammad Danial yaitu @mangoded_md selama periode 20 September 2018 hingga 31 Oktober 2019.
2. Data teks yang digunakan adalah *caption* pada gambar atau video yang diunggah dari akun *Instagram* @mangoded_md.
3. Data teks kemudian dianalisis menggunakan metode analisis konten kualitatif berdasarkan kode sebagai kata kunci yang berasal dari observasi data *caption* @mangoded_md periode 20 September 2018 hingga 31 Oktober 2019. Sehingga akan diperoleh teks yang relevan dengan program-program enam area prioritas Bandung *Smart City*.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi uraian umum tentang teori-teori yang digunakan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, objek penelitian, pengumpulan data dan sumber data, uji *trustworthiness*, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga gambaran permasalahan yang terjadi akan terlihat jelas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini meliputi keseluruhan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan dan memberikan saran kepada organisasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan hasil penelitian.