

Pelatihan Literasi Media Kepada Mahasiswa Prodi. Ilmu Komunikasi Dalam Mewujudkan *Smart City* di Kota Kupang

¹Yohanes K.N. Liliweri

²Mas'Amah

³Yermia Djefri Manafe

⁴Petrus Ana Andung

⁵Silvania S.E. Mandaru

^{1,2,3,4,5} *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nusa Cendana*

¹yopie.knil@gmail.com

²masamah1979@yahoo.com

³vermiadjefri@staf.undana.ac.id

⁴petrus_sdm@yahoo.com

⁵freny_epiphany@yahoo.co.id

Abstract- The concept of a smart city (smart city) which is a big issue in big cities around the world encourages the active role and participation of the community in city management using a citizen centric approach so that there is a more dynamic and close interaction between citizens and service providers, in this case: Regional government. The target of this PKM activity is the college students of the FISIP Communication Studies program, Nusa Cendana University. This service was carried out due to college students' ignorance of the smart city program and the technology media used by the Kupang City Government. This PKM activity aims to create a community order with a creative-critical mindset and perspective. The community, especially youth (college students), will increasingly understand the benefits of media in the success of the smart city program. The material provided was in the form of the concept and application of the *qlue smart city* of Kupang City. The results of this PKM are that college students know about the city of Kupang smart city program complete with its *qlue* application, college students know the benefits of communication technology and the need for smart branding in the success of the smart city program.

Keywords: *Training, Media Literacy, College Students, Smart City*

Abstrak - Konsep kota cerdas (*smart city*) yang menjadi isu besar di kota-kota besar di seluruh dunia mendorong peran aktif dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan kota menggunakan pendekatan *citizen centric* sehingga terjadi interaksi yang lebih dinamis dan erat antara warga dengan penyedia layanan, dalam hal ini adalah Pemerintah Daerah. Adapun sasaran kegiatan PKM ini yakni Mahasiswa program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nusa Cendana. Pengabdian ini dilakukan karena ketidaktahuan mahasiswa akan program *smart city* serta media teknologi yang digunakan oleh Pemerintah Kota Kupang.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk menciptakan tatanan masyarakat dengan pola pikir dan pandangan yang kritis-kreatif. Masyarakat terutama pemuda (mahasiswa) akan semakin paham akan manfaat media dalam mensukseskan program *smart city*. Materi yang diberikan berupa konsep dan aplikasi *qlue smart city* Kota Kupang. Hasil dari PKM ini yakni mahasiswa mengetahui adanya program *smart city* Kota Kupang lengkap dengan aplikasi *qlue*-nya, mahasiswa mengetahui manfaat teknologi komunikasi serta perlunya smart branding dalam mensukseskan program *smart city*.

Kata Kunci: Pelatihan, Literasi Media, Mahasiswa, Smart City

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan digital saat ini, pelayanan informasi yang cepat, tepat dan akurat sangat diperlukan karena masyarakat sekarang adalah masyarakat yang butuh akan informasi, di mana ruang dan waktu bukanlah penghalang untuk mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan. *Smart city* adalah penerapan konsep kota cerdas dengan pemanfaatan teknologi dan komunikasi untuk mewujudkan pelayanan masyarakat yang lebih baik. Konsep *smart city* juga akan meningkatkan partisipasi masyarakat dan pemerintahan dalam memanfaatkan data aplikasi, memberikan masukan maupun kritikan secara mudah. Konsep kota cerdas (*smart city*) yang menjadi isu

besar di kota-kota besar di seluruh dunia mendorong peran aktif dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan kota menggunakan pendekatan *citizen centric* sehingga terjadi interaksi yang lebih dinamis dan erat antara warga dengan penyedia layanan, dalam hal ini adalah Pemerintah Daerah.

Smart city adalah sebuah konsep kota cerdas/pintar yang membantu masyarakat yang berada di dalamnya dengan mengelola sumber daya yang ada dengan efisien dan memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat/lembaga dalam melakukan kegiatannya atau pun mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya. *smart city* cenderung mengintegrasikan informasi di dalam kehidupan masyarakat kota. Definisi lainnya *smart city* didefinisikan juga sebagai kota yang mampu menggunakan Sumber Daya Manusia (SDM), modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat (Caragliu, A., dkk dalam Schaffers, 2010:3). Kourtit & Nijkamp (2012) mengungkapkan bahwa *smart city* telah menjadi *landmark* dalam perencanaan kota. *Smart city* merupakan hasil dari pengembangan pengetahuan yang intensif dan strategi kreatif dalam peningkatan kualitas sosial-ekonomi, ekologi, daya kompetitif kota. Kemunculan *smart city* merupakan hasil dari gabungan modal sumberdaya manusia (contohnya angkatan kerja terdidik), modal infrastruktur (contohnya fasilitas komunikasi yang berteknologi tinggi), modal sosial (contohnya jaringan komunitas yang terbuka) dan modal entrepreneurial (contohnya aktifitas bisnis kreatif). Pemerintahan yang kuat dan dapat dipercaya disertai dengan orang-orang yang kreatif dan berpikiran terbuka akan meningkatkan

produktifitas lokal dan mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu kota. Dari pengertian diatas bisa disimpulkan kalau *smart city* itu sebuah kota pintar yang membantu masyarakat disuatu kota untuk bisa mengelola apa yang ada disekitarnya dengan sebaik mungkin dan membantu masyarakat untuk hidup lebih baik, dan nyaman akan kotanya. *smart city* diidentifikasi pada 6 sumbu utama yaitu:

- *Smart Government* (Pemerintahan Pintar)
- *Smart Economy* (Ekonomi Pintar)
- *Smart Live* (Hidup pintar)
- *Smart Living* (Lingkungan pintar)
- *Smart People* (Orang/Masyarakat Pintar)
- *Smart Mobility* (Mobilitas pintar)

Sebuah kota bisa disebut sebagai *smart city* jika sudah mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi hingga level tertentu dalam proses tata kelola dan operasional sehari-hari. Integrasi teknologi tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi, membagikan informasi kepada publik, hingga memperbaiki pelayanan kepada masyarakat ataupun meningkatkan kesejahteraan warga. Di Indonesia, beberapa kota besar sudah mulai mengadopsi konsep *smart city*. Sebut saja Jakarta yang memiliki program Jakarta *Smart City* sejak 2014 lalu. Surabaya juga terus menerapkan inovasi guna menjadi *smart city*, misalnya dengan menerapkan sistem tilang *online* bagi pengemudi kendaraan bermotor yang melakukan pelanggaran lalu lintas. Dalam rangka mewujudkan program *smart city* maka dibutuhkan kesiapan baik dari sisi teknologi, kesiapan penduduk, sistem pemerintahan, dan sistem pendidikan yang baik.

Tujuan utama dari pembangunan *smart city* adalah bagaimana kita melestarikan lingkungan, meningkatkan daya saing ekonomi dan membangun masyarakat yang madani. Implementasi *smart city* di

Indonesia sendiri mengalami berbagai kendala, mulai dari infrastruktur penunjang yang belum memadai, kesiapan pemerintah setempat, hingga masyarakat sendiri yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Tantangan yang dihadapi dalam menerapkan konsep *smart city* di Indonesia adalah:

- Harga perangkat yang tinggi dan sulit didapat
- Kebutuhan anggaran yang besar untuk memenuhi kebutuhan membangun *smart city*
- Beberapa daerah belum membangun infrastruktur untuk kebutuhan Teknologi Informasi (TI)
- Kesiapan masyarakat dalam menerima perubahan ke arah digital

Dalam rangka mensukseskan pengimplementasian program *smart city*, maka dibutuhkan penggunaan yang efektif dari teknologi media. Dalam penggunaan teknologi media, seseorang diharapkan mampu:

- Mengakses dan membuat pilihan-pilihan informasi, berbagai bentuk media dan konten dari budaya-budaya yang bersumber dari institusi dan kebudayaan yang berbeda;
- Memahami bagaimana dan mengapa isi media diproduksi;
- Dapat mengkritisi baik dari aspek teknis, bahasa, dan konvensi-konvensi yang digunakan oleh media massa termasuk pesan yang mereka sampaikan;
- Kreatif menggunakan media untuk mengekspresikan dan mengomunikasikan ide, informasi, dan opini;
- Mengidentifikasi, menghindari, atau menentang isi media dan layanan yang mungkin tidak seharusnya, menyinggung perasaan, atau merugikan;

- Menggunakan media dengan efektif dalam pelaksanaan hak-hak demokratis dan tanggung jawab masyarakat sipil (Tornero, 2010).

Literasi media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Literasi media merupakan studi dan analisis mengenai media. Literasi media masih belum mendapat perhatian khusus lembaga pemerintahan dan lembaga-lembaga kemasyarakatan di Indonesia. Padahal, literasi media sangat penting agar masyarakat tumbuh menjadi masyarakat yang lebih cerdas dan kritis dalam menggunakan dan menerima informasi yang diberikan oleh media, baik media online, media elektronik, maupun media cetak.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), literasi media mempunyai arti untuk cerdas bermedia, yaitu kemampuan untuk memahami dunia media massa sehingga kritis dan selektif dalam menerima informasi dari media dan tidak mudah terpengaruh pesan teranng-terangan dan terselubung pemberitaan media. Kemampuan untuk melakukan hal ini ditujukan agar masyarakat sebagai konsumen media menjadi sadar tentang cara media dikonstruksi dan diakses. Literasi media bertujuan membantu konsumen agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya. Tujuan literasi media juga adalah untuk menghasilkan masyarakat yang '*well informed*' serta dapat membuat penilaian terhadap konten media berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media yang bersangkutan.

Kota Kupang merupakan salah satu kota yang berpotensi baik untuk dijadikan salah satu jaringan *ASEAN Smart Cities*. Sejak tahun 2019, Kota Kupang mulai menerapkan inovasi-inovasi di bidang teknologi dan digitalisasi untuk mewujudkan

daerahnya menjadi salah satu jaringan smart cities. Dalam konteks gagasan, masyarakat Kota Kupang belum sepenuhnya memiliki pondasi literasi media yang kokoh. Kota Kupang merupakan Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Timur, Kota Kupang juga menjadi kota multi etnis yang terdiri dari suku Timor, Rote, Sabu, Flores, Alor, Lembata, Tionghoa, sebagian kecil suku pendatang dari Ambon, dan beberapa suku bangsa lainnya seperti Bugis, Jawa, dan Bali. Hal ini disebabkan karena Kota Kupang memiliki banyak daya tarik seperti pusat pemerintahan provinsi, fasilitas kesehatan dan pendidikan yang relatif baik, serta adanya kesempatan-kesempatan ekonomi yang lebih tinggi dibanding daerah lain dalam Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Berdasarkan hasil proyeksi penduduk, diperkirakan jumlah penduduk Kota Kupang pada tahun 2018 mencapai 423.800 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 2351 jiwa per km² (BPS Kota Kupang, 2019). Jumlah penduduk di Kota Kupang merupakan peringkat kedua terbesar setelah Kabupaten Timor Tengah Selatan (465.970 jiwa penduduk). Dengan jumlah penduduk yang begitu besar, kota Kupang terbebani dengan masalah kesejahteraan penduduk. Luasan wilayah yang tidak terlalu besar dengan tingkat kepadatan yang relatif tinggi tentunya menimbulkan banyak persoalan kependudukan di Kota Kupang.

Visi Walikota Kupang (Dr. Jefirstson R. Riwo Kore, MM, MH) dan jajarannya selama periode 2017-2022 adalah “Terwujudnya Kota Kupang yang Layak Huni, Cerdas, Mandiri dan Sejahtera dengan Tata kelola bebas KKN”. Layak huni erat kaitannya dengan permasalahan di sektor kesehatan dan juga keamanan. Menciptakan suasana lingkungan Kota Kupang yang aman, sehat, dan nyaman. Cerdas berarti

berkaitan dengan permasalahan di sektor pendidikan. Mandiri dan sejahtera adalah visi Walikota untuk menekan angka kemiskinan dan pengangguran yang masih menjadi persoalan pelik di Kota Kupang. Hal lain yang juga menarik dari visi Walikota Kupang adalah pembangunan yang terjadi harus dikelola dengan bebas Korupsi Kolusi dan Nepotisme (KKN). Artinya kinerja aparat di bawah kendali Walikota Kupang harus bersih dan transparan, serta bekerja dengan optimal dalam pelayanan kepada publik.

Daya tarik Kota Kupang sebagai pusat pemerintahan maupun pusat bisnis menjadikan kota ini penuh “sesak” dengan para pencari kerja. Berdasarkan laporan hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) tahun 2018, penduduk berumur 15 tahun ke atas yang merupakan pengangguran di Kota Kupang sebanyak 18.408 jiwa. Maraknya pengangguran akan berimplikasi pada banyak faktor lainnya. Salah satunya adalah terkait daya beli masyarakat yang rendah. Efek utamanya adalah pengeluaran utama masyarakat digunakan untuk sebatas konsumsi bahan makanan. Efek selanjutnya adalah banyak orang tua yang pada akhirnya tak sanggup untuk menyekolahkan anak-anak mereka hingga jenjang pendidikan tingkat lanjut. Tanpa pendidikan yang memadai maka akan sulit mendapatkan pekerjaan dan penghasilan yang layak. Hal ini berakibat pada lingkaran jerat kemiskinan yang terus saja “menghantui”. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) pada tahun 2018 penduduk miskin di Kota Kupang telah mencapai 40.440 jiwa.

Globalisasi juga mendorong perubahan cara berkomunikasi dan mencari informasi. Pada jaman yang serba cepat ini, internet sangatlah penting dalam menangkap persebaran segala jenis informasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kota Kupang (2019), sejumlah 89,70% warga Kota Kupang

memiliki telepon seluler (HP), sebesar 62,89%, merupakan pengakses internet aktif, Dengan angka prosentase sebesar itu, maka akses komunikasi bisa dikatakan cukup lancar di kota Kupang. Dengan modal ini, maka Konsep Smart City diharapkan mampu menjangkau seluruh masyarakat Kota Kupang melalui berbagai aplikasi *Smart City* yang dibagikan oleh Pemerintah Kota Kupang.

Dalam mewujudkan *smart city*, Pemerintah Kota Kupang telah menggandeng pihak swasta dalam penggunaan sebuah aplikasi bernama *Qlue*, yakni sebuah aplikasi pelaporan warga, Kehadiran *Qlue* di Kota Kupang, diharapkan dapat meningkatkan layanan publik Pemerintahan Kota (Pemkot) Kupang, sehingga Kota Kupang bisa menjadi kota yang modern, dan menjadi kota cerdas (*smart city*). Founder & Chief Executive Officer (CEO) *Qlue*, Rama Raditya mengatakan, *Qlue* telah mendapatkan dukungan dari GSM Association (GSMA) untuk fokus mengembangkan solusi *smart city* di tiga kota, yaitu Kupang, Makassar, dan Bandung. Di Kota Kupang, *Qlue* menawarkan berbagai solusi teknologi mulai dari *Smart City Dashboard*, *CCTV Integration and Analysis*, hingga *Qlue Work*, yaitu fitur *Qlue* yang berguna untuk meningkatkan koordinasi antar instansi yang efektif. *Qlue* hadir memberikan solusi *smart city* yang dapat membantu pemerintah dan masyarakat Kupang dalam membangun Kupang *Smart City*. Solusi teknologi *Qlue* memudahkan masyarakat untuk melaporkan berbagai masalah lingkungan dan sosial dengan menggunakan ponsel pintar Terkait dengan suksesnya pengaplikasian *Qlue*, diharapkan partisipasi dari semua pihak di Kota Kupang, salah satunya adalah para pemuda karena mereka adalah golongan masyarakat yang paling banyak menggunakan fasilitas teknologi informasi.

Pelatihan literasi media bertujuan agar menciptakan tatanan masyarakat dengan pola pikir dan pandangan yang kritis-kreatif. Masyarakat terutama pemuda (mahasiswa) akan semakin paham akan manfaat media dalam mensukseskan Program *smart city*. Ini merupakan bagian dalam upaya meningkatkan kejelasan dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat dan mengedukasi masyarakat untuk menggunakan media teknologi komunikasi untuk kebaikan semua pihak. Para pemuda (mahasiswa) akan diberikan pemahaman baru bahwa mewujudkan *smart city* membutuhkan sinergi antara masyarakat baik pemuda dan dukungan pemerintah Kota Kupang. . Dengan adanya kemampuan-kemampuan para pemuda yang dihasilkan melalui literasi media, Kota Kupang diharapkan akan mampu mempersiapkan diri menuju tantangan global, salah satunya adalah ASEAN *Smart City*. Tantangan ini memerlukan solusi cerdas dari tiap daerah. Literasi media merupakan salah satu kebutuhan utama menuju persaingan ekonomi untuk memajukan daerah.

Beberapa permasalahan yang dihadapi Mitra:

1. Ketidaktahuan pemuda (mahasiswa) akan program *smart city* yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Kupang
2. Ketidaktahuan para pemuda (mahasiswa) akan manfaat media teknologi komunikasi dan internet bagi suksesnya program *smart city*.
3. Ketidaktahuan para pemuda (mahasiswa) akan aplikasi *Qlue* yang digunakan Pemerintah Kota Kupang dalam menjalankan program *smart city*.

Dari permasalahan di atas, maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan sosialisasi tentang pelaksanaan program *smart city* yang telah dilakukan Pemerintah Kota Kupang, pemanfaatan media teknologi komunikasi dan internet dalam

melaksanakan program *smart city*, *smart branding* serta penggunaan aplikasi *qlue*.

II. LANDASAN TEORI

A. Komunikasi

Harold Lasswell (1960) dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* berpendapat bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu :

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*Message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, menurut paradigma Lasswell tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2004: 10). Seperti dalam Effendy (2004: 18) model proses komunikasi yang ditampilkan Philip Kotler (2012) dalam bukunya, *Marketing Management*, berdasarkan paradigma Harold Lasswell (1960).

B. Literasi Media

Literasi media berasal dari bahasa inggris yaitu media literacy, terdiri dari dua suku kata media berarti media tempat pertukapan pesan dan *literacy* berarti melek, kemudian dikenal dalam istilah Literasi Media. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu

proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs, 1996: 20). (Rubin (1998: 99) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut. Maka dapat dikatakan bahwa adanya Internet atau media baru ini membuat pola komunikasi manusia berubah. Dalam perkembangan literasi media kemudian menyentuh sebagai suatu kegiatan terorganisir dalam bentuk pendidikan kepada masyarakat. CLM (*Center of Media Literacy*) kemudian menggunakan definisi yang di perluas: literasi informasi adalah suatu pendekatan abad ke-21 kepada pendidikan. Itu menyediakan suatu kerangka untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi, menciptakan dan mengambil bagian dengan pesan-pesan didalam bermacam wujud-wujud dari cetakan kevideo sampe internet. Media melek huruf membangunsatu pemahaman peran dari media dalam keterampilan-keterampilan masyarakat penting maupun dari pemeriksaan dan pernyataan dari (yang) penting bagi para warga negara suatu demokrasi.

Seperti dikemukakan Baran (2010:24) bahwa kemampuan dan keahlian kita sangat penting dalam proses komunikasi massa. Kemampuan ini tidak selalu mudah untuk dikuasai (ini lebih sulit dari sekedar menyalakan computer, menayangkan televise atau membalikan halaman majalah kesenangan anda) tetapi ini sangat penting dipelajaridan dapat dilakukan. Kemampuan ini adalah literasi media (*media literacy*) kemampuan yang secara efektif dan efisien memahami dan menggunakan berbagai bentuk komunikasi yang bermedia. Art Silverblatt memberikan mengemukakan suatu upayah sistematis untuk menjadikan melek media/literasi media sebagai

bagian dari orientasi terhadap budaya khalayak. Silverblatt mengidentifikasi 5 elemen literasi media/melek media (Silverblatt,1995:2-3) yaitu: a. Kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat; b. Pemahaman atas proses komunikasi massa; c. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media; d. Kesadaran atas konten media sebagai sebuah teks yang memberikan pemahaman kepada budaya kita dan diri kita sendiri; dan e. Pemahaman kesenangan, pemahaman dan apresiasi yang ditingkatkan terhadap konten media.

Tujuan mendasar media literasi adalah mengajar khalayak atau pengguna media untuk menganalisis pesan yang disampaikan oleh media massa, mempertimbangkan tujuan komersil dan politik di balik suatu citra atau pesan media, dan meneliti siapa yang bertanggung jawab atas pesan atau ide yang diimplikasikan oleh pesan atau citra itu. Adapun beberapa tujuan dari literasi media, diantaranya :

1. Bertujuan membantu konsumen agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya.
2. Untuk melindungi konsumen yang rentan dan lemah terhadap dampak media penetrasi budaya media baru.
3. Tujuan literasi media adalah untuk menghasilkan warga masyarakat yang “*well informed*” serta dapat membuat penilaian terhadap *content* media berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap media yang bersangkutan (Eadie,2009:564).

C. *Smart City*

Smart city secara harfiah berarti kota pintar. Menurut Pratama (2014: 120) *smart city* merupakan suatu konsep pengembangan, penerapan, dan

implementasi teknologi yang diterapkan di suatu daerah sebagai sebuah interaksi yang kompleks diantara berbagai sistem yang ada di dalamnya. Menurut Nurman (2013: 43) *smart city*, pada umumnya didasarkan pada tiga hal; pertama faktor manusia, kota dengan manusia-manusia yang kreatif dalam pekerjaan, jejaring pengetahuan, dan lingkungan yang bebas dari kriminal. Kedua faktor teknologi, kota yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Terakhir faktor kelembagaan, masyarakat kota (pemerintah, kalangan bisnis, dan penduduk) yang memahami teknologi informasi dan membuat keputusan berdasarkan pada teknologi informasi.

Berikut ini adalah beberapa tantangan bagi pembangunan *smart city*.

1. Infrastruktur

Ketersediaan infrastruktur *information and communications technology* (ICT) masih menjadi tantangan besar dalam mewujudkan kota pintar (*smart city*). Salah satu infrastruktur yang krusial untuk diterapkan adalah masalah konektivitas yang tentunya akan berkaitan dengan penerapan *Internet of Things* (IoT). Dengan adanya interkoneksi dari IoT tentunya akan memungkinkan otomatisasi dalam memperluas area kota pintar yang mana ke depannya akan berkaitan erat terhadap penggunaan beragam solusi ICT, seperti *cloud* hingga *Data Center*.

2. *Data Integration*

Ketika menerapkan *smart city* melalui beragam aplikasi akan membuat kebutuhan informasi yang aktual menjadi penting. *Data integration* pun akan menjadi salah satu tantangan tersendiri karena beragam informasi dari data tersebut akan diperlukan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

3. Sosialisasi

Sosialisasi menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi penerapan *smart city*. Hal ini karena sosialisasi membutuhkan waktu serta adaptasi sosial yang tidak sebentar. Misalnya, dengan memperkenalkan beragam teknologi yang akan diterapkan, tentunya akan mencakup upaya mempersempit ketimpangan digital dan mengubah kebiasaan masyarakat di daerah tersebut.

4. Keamanan

Meski membutuhkan informasi yang cepat, tepat, dan akurat, masyarakat juga tetap membutuhkan keamanan dalam mengakses informasi. Jadi, keamanan masih merupakan persoalan di jaringan sistem manapun. Terlebih jika sistem tersebut mencakup skala luas atau seluruh kota, seperti *smart city*, ancaman keamanan perlu ditangani serius. Ketika sebuah sistem terhubung, penanganannya juga akan semakin kompleks. Kompleksnya keamanan tersebut juga bisa dilihat dari beberapa bagian infrastruktur *smart city* yang sangat mungkin ditangani oleh penyedia jasa dan barang berbeda. Begitu banyaknya perangkat yang terhubung ke jaringan atau sistem *smart city* juga merupakan tantangan tersendiri, misalnya ketika kunci rumah kita terintegrasi dengan perangkat teknologi dan internet. Selain itu, juga ketika berbicara tentang keamanan yang berhubungan dengan data pribadi, seperti akun media sosial, rekening bank, hingga kartu kredit.

Berbagai tantangan di atas berkorelasi dengan sejumlah faktor sukses *smart city*, seperti di bawah ini:

1. Manusia

Salah satu indikator penting dalam mewujudkan dan faktor sukses *Smart City* adalah sumber daya

manusia. Warga yang aktif melaporkan masalah lingkungan, misalnya, adalah salah satu contohnya. Masyarakat yang aktif tentunya dapat membuat pemerintah kota akan mendapat masukan untuk menentukan arah pembangunan serta perbaikan fasilitas dan layanan publik.

2. Komitmen pemerintah

Faktor sukses *Smart City* juga berawal dari komitmen pemerintah setempat. Tanpa komitmen pemerintah, impian untuk mewujudkan *smart city* akan sulit untuk diwujudkan. Komitmen tersebut dapat diukur dari kebijakan-kebijakan yang menekankan percepatan pembangunan *smart city*.

3. Ruang fiskal

Ruang fiskal juga mesti mendapat porsi perhatian yang besar dalam faktor sukses *Smart City*. Ruang fiskal ini terkait dengan anggaran yang dialokasikan untuk penerapan *smart city*. Misalnya, dengan menyediakan anggaran khusus di luar dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) mereka.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam rangka mewujudkan *smart city*, sangat diperlukan adanya kerja sama dengan perusahaan penyedia jasa sistem informasi terpadu. Pihak pemerintah harus jeli dalam melihat perusahaan terbaik yang memberikan *total solution*, baik dari segi sarana dan prasarana.

III. PEKERJAAN DAN

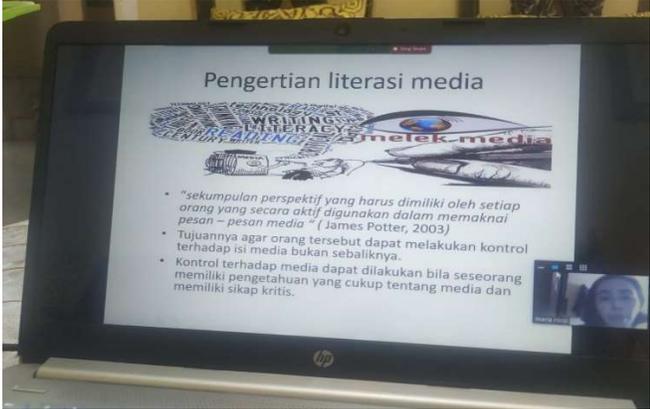
HASIL PEKERJAAN

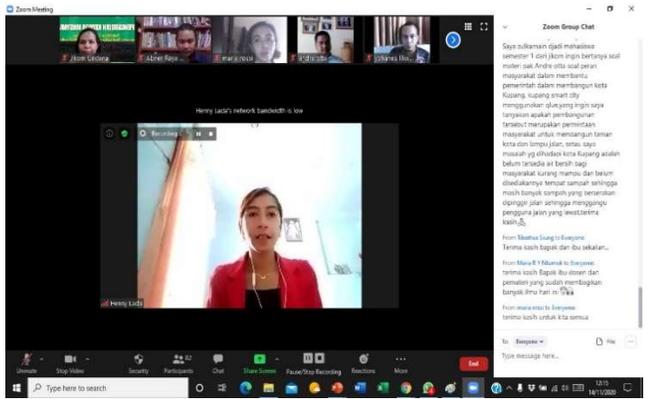
A. Proses Pekerjaan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Dimana narasumber pengabdian memberikan sosialisasi tentang pelaksanaan program *smart city* di Kota Kupang, pemanfaatan media teknologi komunikasi dan internet

dalam pelaksanaan program *smart city*. Setelah itu, peserta diminta untuk memberikan tanggapan.

Tabel 1. Metode Kegiatan Menurut Tahapan Kejadiannya

No	Tahapan Kegiatan	Metode yang Digunakan	Keterangan
1	Pelaksanaan Kegiatan Ceramah oleh Narsum	Ceramah	<p>Tim dan peserta</p>   
2	Diskusi , Tanya Jawab	Mendengarkan dan memberikan penjelasan	Tim dan peserta



3	Penutup	Kesimpulan , Peserta memberikan kesan dan pesan terkait kegiatan PKM ini.	Tim dan peserta 
---	---------	---	---

B. Hasil Pekerjaan

Kegiatan PKM Pelatihan Literasi Media Kepada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Dalam Mewujudkan *smart city* di Kota Kupang telah dilaksanakan pada tanggal 14 November 2020. Kegiatan ini berlangsung secara online melalui Aplikasi Zoom. Secara umum hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah:

1. Narasumber telah menyampaikan materi “Kupang *Smart City*” kepada para mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Undana
2. Narasumber telah menyampaikan materi “Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Pentingnya Literasi Media” kepada para mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Undana.
3. Narasumber telah menyampaikan materi “Pengembangan Smart Branding Jalan Menuju *Smart City*” kepada para mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Undana.
4. Narasumber telah memberikan pengetahuan tentang penggunaan aplikasi *qlue* dalam menjalankan program *smart city*.
5. Peserta yang hadir sangat antusias mengikuti kegiatan ini karena mereka belum mengetahui tentang *smart city* Kota Kupang.

Selain uraian kegiatan di atas, Tim Pelaksana juga mengidentifikasi beberapa faktor pendukung dalam proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yakni:

- a. Adanya dukungan dan kerja sama dari seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Undana terhadap kegiatan ini dengan menyediakan waktu dan tenaga dalam memperlancar kegiatan PKM.
- b. Adanya respon positif dari para peserta kegiatan berlangsung, antara lain hadir tepat waktu dan aktif bertanya terkait materi yang disampaikan.

Disamping faktor pendukung, berikut ini beberapa hal yang menghambat jalannya kegiatan ini, yaitu:

- a. Tim Pelaksana kesulitan mengatur jadwal kegiatan karena rentang waktu kegiatan bersamaan dengan kesibukan narasumber terutama narasumber dari Dinas Kominfo Kota Kupang.
- b. Kegiatan PKM ini berlangsung pada masa Pandemi Covid 19 sehingga tidak bisa melakukan kegiatan PKM secara tatap mukamlangsung melainkan hanya bisa melalui aplikasi zoom.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa kegiatan PKM ini secara umum mampu memberikan solusi mitra yakni HMJ Ilmu Komunikasi Undana dalam memperoleh pengetahuan tentang *smart city* yang merupakan program walikota Kupang. Para peserta memahami akan manfaat besar yang dihasilkan dari program *smart city* bagi masyarakat kota Kupang. Peserta yang hadir juga berpartisipasi aktif dalam diskusi secara antusias.

Demikian kegiatan PKM yang dilaksanakan oleh Tim PKM Universitas Nusa Cendana Kupang. Diharapkan akan ada kegiatan kegiatan serupa dengan jumlah peserta yang lebih banyak, bahkan diharapkan peserta dari berbagai kalangan di Kota Kupang.

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Nusa Cendana Kupang yang telah mendanai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dan Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Undana yang telah bersedia menjadi mitra PKM.

REFERENSI

1. BPPKI Yogyakarta. 2018. Riset Komunikasi dan Informatika. Yogyakarta. Gava [Media](#)
2. BPS Kota Kupang, 2019, Kupang Dalam Angka, diakses melalui kupangkota.bps.go.id
3. Baran, Stanley J. 2010. Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya. Jakarta: Salemba Humanika
4. Nurman, Ahmad. (2013). Manajemen Perkotaan. Jakarta: Tatamedia.
4. Rubin, A. (1998). Media Literacy: Editor's note. *Journal of Communication*, 48(1), 3–4.
5. Schaffers, Hans. 2010. *Smart Cities and the Future Internet: Collaboration Models for Open and User Driven Innovation Ecosystems*. FIA Ghent "Smart Cities and Future Internet Experimentation.

Tornero, J. P., & Varis, T. 2010. *Media literacy and new humanism*. Unesco Institute for Information Technologies in Education.

6. Departemen Pendidikan Nasional. 2012. Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

7. Effendy, Onong Uchjana, Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Grasindo. Rosdakarya

8. F. Eadie, William. (2009). *21st Century A Reference Handbook Communication*. California : SAGE Publications

9. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/literasi-digital-3/>

10. <http://ksp.go.id/literasi-digital-inklusif-menuju-100-kota-cerdas/>
<https://id.techinasia.com/apa-itu-smart-city-dan-penerapan-di-indonesia>

11. Hobbs, R. 1996. Media Literacy, Media Activism. *Telemidium, the journal of Media Literacy*

12. Kourtit, Karima & Nijkamp, Peter (2012). Smart cities in the innovation age. *The European Journal of Social Science Research*, Vol.25, Juni 2012, 93-95. Routledge.

13. Kominfo. (2019, 6 November). Percepat Gerakan 100 Smart City, Kominfo Bangun 3.447 BTS pada 2020. Diakses pada 7 November 2019, dari: https://www.kominfo.go.id/content/detail/22597/percepat-gerakan-100-smart-city-kominfo-bangun-3447-bts-pada-2020/0/berita_satker

14. Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

15. Lasswell, Harold. 1960. *The Structure and Function of Communication in Society*, Urbana: University of Illinois Press

16. Pratama, I Putu Agus Eka. 2014. *Smart City Beserta Cloud Computing dan Teknologi-teknologi Pendukung Lainnya*. Bandung: Informatika