



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI KEHUMASAN DISKOMINFOSAN KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP PROGRAM *JOGJA SMART SERVICE*

Carissa Angelique Wijaya  
5201711254

Konsep *Smart City* sudah banyak diadopsi oleh kota/kabupaten yang ada di Indonesia, salah satunya Kota Yogyakarta yang pada tahun ini tercatat sebagai kota dengan penetrasi internet tertinggi di Pulau Jawa. Tentunya hal ini menjadi kesempatan Pemkot Jogja untuk mengoptimalkan *Jogja Smart City*, utamanya pada program *Jogja Smart Service*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi kehumasan Diskominfo Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap program *Jogja Smart Service*. Metode yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan post positivisme dan dianalisis dengan model analisis PII. Analisis ini dibagi menjadi tiga tahapan yaitu, tahap *preparation*, tahap *implementation*, dan tahap *impact*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan pada tahap *preparation*, kehumasan Diskominfo Kota Yogyakarta membuat beberapa strategi yakni pembuatan Tim Diseminasi Informasi untuk penyebaran informasi melalui sosialisasi dan pemanfaatan media online serta media sosial. Kemudian pada tahap *implementation*, kehumasan Diskominfo Kota Yogyakarta melakukan kegiatan sosialisasi bulanan, publikasi berita harian, dan publikasi konten di berbagai media sosial. Terakhir tahap *impact*, yakni adanya keberhasilan dalam peningkatan kepercayaan publik dengan mengacu pada data jumlah pengguna *Jogja Smart Service* sejak *launching* 2018 hingga kini terus meningkat.

**Kata Kunci:** Smart City, Kehumasan, Kepercayaan Publik, Model PII

## **ABSTRACT**

### **YOGYAKARTA CITY DISKOMINFOSAN PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY IN INCREASING PUBLIC CONFIDENCE IN THE JOGJA SMART SERVICE PROGRAM**

*Carissa Angelique Wijaya*  
5201711254

*The Smart City concept has been widely adopted by cities/regencies in Indonesia, one of which is Yogyakarta City, which this year was recorded as the city with the highest internet penetration in Java. Of course, this is an opportunity for the Jogja City Government to optimize Jogja Smart City, especially in the Jogja Smart Service program. This study aims to determine the communication strategy of the Yogyakarta City Communication and Information Service in increasing public trust in the Jogja Smart Service program. The method used in this study is descriptive qualitative with a post-positivistic approach and analyzed using the PII analysis model. This analysis is divided into three stages, namely the preparation stage, the implementation stage, and the impact stage. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of the study show that at the preparation stage, the Yogyakarta City Communication and Information Service made several strategies, namely the creation of an Information Dissemination Team to disseminate information through socialization and utilization of online media and social media. Then at the implementation stage, the Yogyakarta City Communication and Information Service public relations carried out monthly socialization activities, daily news publications, and content publications on various social media. The last stage is the impact stage, namely the success in increasing public trust by referring to data on the number of Jogja Smart Service users since its launch in 2018 until now, which continues to increase.*

**Keywords:** *Smart City, Public Relations, Public Trust, PII Model*