

ABSTRAK

Memodernisasi pelayanan publik dalam tubuh pemerintahan sangat dibutuhkan saat ini dengan pesatnya perkembangan informasi dan teknologi, apalagi perubahan pelayanan publik itu menuju kota pintar atau *smart city* di Kabupaten Lebong, Provinsi Bengkulu. Tujuan penelitian ini untuk menjabarkan proses pengelolaan media digital yang dikelola oleh Dinas Komunikasi Informatika Statistik & Persandian Kabupaten Lebong Provinsi Bengkulu dan medeskripsikan upaya apa saja yang dilakukan Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Lebong Provinsi Bengkulu dalam mewujudkan identitas “Lebong *Smart City* 2023”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran, Manajemen *Public Relations*, dan *New Media*. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang mendalam dikumpulkan dari hasil pengamatan dokumentasi, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan pengelolaan media digital oleh Pemerintah Kabupaten Lebong dilakukan secara sistematis dengan menerapkan fungsi manajemen *public relations* yaitu menentukan elemen-elemen yang terlibat, membuat perencanaan, serta melakukan monitoring dan proses evaluasi terhadap kegiatan *public relations* yang telah dilakukan. Bidang pengelolaan informasi dan saluran komunikasi publik adalah penanggung jawab dan pelaksana kegiatan *public relations*. Media sosial yang dimiliki Diskominfo Lebong terdiri dari *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *Website*, Aplikasi berbasis android. Fungsi monitoring dilakukan dengan pemantauan kegiatan peliputan, pemantauan secara berkala, dan melakukan evaluasi rutin. Dari fungsi-fungsi manajemen tersebut dirasa mampu membuat kegiatan manajemen *public relations* di Diskominfo Lebong berjalan secara efektif dan efisien. Upaya yang dilakukan Diskominfo Lebong dalam membentuk identitas Lebong *Smart City* 2023 adalah dengan menyediakan infrastruktur teknologi informasi seperti membuat Taman *Smart City* sebagai *Icon*, membangun *Lebong Command Center* (LCC), melakukan pengembangan aplikasi untuk seluruh OPD di Pemkab Lebong, serta melakukan rangkaian aktivitas komunikasi pemasaran. Kegiatan *public relations* yang dilakukan oleh pemerintah telah memberikan kemudahan bagi masyarakat kabupaten Lebong dalam mencari informasi dan menciptakan image positif kepada masyarakat Lebong.

Kata Kunci: *Pengelolaan Media Digital, New Media, Smart City, Manajemen Public Relations.*

ABSTRACT

Modernization of public services in government circles is urgently needed today with the rapid development of information and technology, especially changes in public services towards a kota pintar or smart city in Lebong Regency, Bengkulu Province. The purpose of this study is to describe the digital media management process managed by the Communication, Informatics, Statistics & Encoding Office of Lebong Regency, Bengkulu Province and to describe the efforts made by the Communication, Informatics, Statistics and Encoding Office of Lebong Regency, Bengkulu Province in realizing the identity of "Lebong Smart City 2023". The theory used in this research is Marketing Communication Strategy, Public Relations Management, and New Media.

The method used is a qualitative descriptive research method. In-depth data is collected from the observation of documentation, observation, and interviews. The results of this study indicate that the management of digital media by the Lebong Regency Government is carried out systematically by implementing the public relations management function, namely determining the elements involved, planning, and monitoring and evaluating the public relations activities that have been carried out. From these management functions, it is considered capable of making public relations management activities at Diskominfo Lebong run effectively and efficiently.

The efforts made by Diskominfo Lebong in shaping the identity of Lebong Smart City 2023 are by providing information technology infrastructure such as making Smart City Park an Icon, building Lebong Command Center (LCC), developing applications for all OPDs in Lebong district government, and conducting a series of marketing communication activities. Public relations activities carried out by the government have made it easier for the people of Lebong district to find information and create a positive image for the people of Lebong.

Keywords: *Digital Media Management, New Media, Smart City, Public Relations Management.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA