

PENGEMBANGAN KOMUNIKASI PUBLIK DAN PARIWISATA BERBASIS INTERNET PADA WEBSITE DINAS PARIWISATA PEMERINTAH KOTA MALANG

Arif Budi Prasetya

Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Brawijaya, Malang
arif.budiprasetya@gmail.com

Diajukan: 01-11-2018; Direview: 09-12-2018; Diterima: 13-12-2018;

Abstract

The tourism sektor in Malang becomes one of the sektors that have the potential to develop, or may be a mainstay sektor for the city of Malang. The emphasis focuses on the forms of tourism communication built between the Government of Malang City with citizens through the internet in the form of Tourism Office website of Malang City. The result of the research shows that in building good governance, strong commitment from each related department is required and it is necessary to increase human resource capacity so that government apparatus can understand the importance of communication with the society. The lack of implementation of good governance in some areas - especially Malang City, according to the authors due to the low understanding of government apparatus of the importance of internet existence as an effective and efficient communication media today. There are still many government officials who do not understand the principles of good governance cause the existence of the website is not so help the community get information and settlement of social problems encountered, one of them on the tourism sektor.

Keywords: *e-government, government website, good governance, Tourism.*

Abstrak

Sektor pariwisata di Kota Malang menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi untuk berkembang, atau mungkin justru menjadi sektor andalan bagi Kota Malang. Penekanannya berfokus pada bentuk-bentuk komunikasi pariwisata yang dibangun antara Pemerintah Kota Malang dengan warga melalui internet berupa website Dinas Pariwisata Kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membangun *good governance*, diperlukan adanya komitmen yang kuat dari masing-masing dinas yang terkait dan diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia sehingga aparat pemerintah dapat memahami pentingnya komunikasi dengan masyarakat. Ketidakterhasilan penerapan *good governance* di beberapa daerah – khususnya Kota Malang, menurut penulis disebabkan rendahnya pemahaman aparat pemerintah akan pentingnya keberadaan internet sebagai media komunikasi yang efektif dan efisien saat ini. Masih banyaknya aparat pemerintah yang kurang memahami prinsip-prinsip *good governance* menyebabkan keberadaan *website* tidak begitu membantu masyarakat mendapatkan informasi dan penyelesaian atas persoalan sosial yang dihadapi, salah satunya pada sektor pariwisata.

Kata Kunci: *e-government, website pemerintah, good governance, Pariwisata.*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet dewasa ini tampaknya memberikan beragam dampak sosial budaya, termasuk juga dampak politik. Internet memberikan pengaruh besar terhadap perubahan politik, bahkan bisa menghasilkan distabilitas politik (McNair, 2003 :225). Hal itu menunjukkan bahwa internet sebagai media online memberikan dorongan pada perubahan politik, termasuk pada

perubahan politik di suatu negara. Dengan kata lain, internet membawa beragam implikasi pada politik dan kehidupan bernegara. Situasi tersebut muncul karena internet menjadi satu media di era modern yang memiliki kekuatan besar selain media-media lain yang ada. Signifikansi internet di atas tampaknya didorong oleh keunggulannya menggabungkan keunggulan dan kemampuan media lainnya dalam satu wilayah yang sama.

Terry Flew (2002: 10) menjelaskan internet menggabungkan tiga keunggulan teknologi dari media, media sebelumnya, yaitu keunggulan teknologi komputer, isi media massa, dan teknologi komunikasi dan informasi. Keunggulan teknologis tersebut membuat internet menjadi salah satu media yang mampu memberikan dampak besar bagi perkembangan masyarakat, khususnya pada bidang politik dan pemerintahan.

Namun, jauh sebelum internet berkembang seperti saat ini, media massa lebih dulu muncul sebagai basis dari penyebar informasi di masyarakat. Isi media yang menghadirkan berbagai bentuk konsep retorika dan hegemoni media terjadi pada era Perang Dunia 2. Media digunakan oleh para orator untuk menyebarkan ideologi sebuah negara atau kelompok. Orator merupakan seseorang yang melakukan kegiatan orasi dalam rangka mendapatkan dukungan masyarakat. Konsep mengenai orasi dan kemampuan melakukan retorika telah ada sejak zaman Yunani kuno dan telah menjadi semacam 'keharusan' ketika berada dalam ranah politik. Aristoteles yang terkenal dengan teori retorika telah memberikan semacam kajian yang menarik mengenai konsep retorika. Awal kemunculan pemikiran mengenai retorika sebenarnya merupakan bentuk pemahaman mengenai seni dalam mengolah kata-kata. Asal retorika di zaman klasik, dari abad ke-5 sampai abad ke-1 sebelum masehi, didominasi oleh usaha-usaha untuk mendefinisikan dan menyusun peraturan dari seni retorika. (Littlejohn, 2009 : 74).

Menurut Aristoteles, konsep retorika merupakan konsep yang harus dipahami oleh sang orator. Konsep ini meliputi *ethos*, *pathos* dan *logos* di mana *ethos* merujuk pada karakter, intelegensi, yang dipersepsikan dari pembicara. *Pathos* merujuk pada pendengar atau khalayak yang mendengar orasi tersebut dan *logos* adalah isi dari apa yang dibicarakan oleh orator tersebut. Jadi, seorang orator harus memiliki kecerdasan dalam mengolah kata-kata dan paham betul tipe khalayak yang dijadikan sasaran dari apa yang dikatakannya tersebut.

Banyak kalangan yang menggunakan konsep tersebut ketika tampil di layar kaca. Orator ulung mulai bermunculan untuk membentuk citra yang

mampu membius masyarakat. Tayangan yang paling banyak menyajikan bentuk-bentuk retorika adalah debat calon presiden. Para pengamat menyatakan kemenangan presiden Kennedy pada tahun 1960 sebagian dikarenakan keberhasilannya dalam debat presiden di televisi dengan Richard Nixon. (Biagi, 2010 : 215). Dari peristiwa di Amerika tersebut kita bisa melihat bagaimana kemudian cara tersebut diadaptasi di Indonesia.

Disamping itu, posisi media sebagai industry tidak lepas dari adanya persaingan antar media. Hal tersebut masih ditambah dengan peran media sebagai pihak yang memiliki peran sebagai fungsi pendidikan. Media massa menjadi suatu sarana pendidikan bagi masyarakat. Alan M. Rubin (2008: 4639) menjelaskan bahwa media massa memiliki sejumlah fungsi utama bagi kepentingan masyarakat, yaitu pengawasan (*surveillance*), korelasi (*correlation*), dan transmisi (*transmission*). Kenyataan tersebut menjadikan media massa seharusnya memberikan sejumlah masukkan positif bagi masyarakat. Secara sederhana, media massa bertujuan memberikan pengawasan sosial, hingga proses transmisi nilai (Rubin, 2008: 4639). Sehingga secara normatif media massa harus menyajikan semua bentuk informasi yang baik dan berguna bagi masyarakat luas, sehingga media bisa ikut serta membangun masyarakat menuju lebih baik, seperti yang menjadi fungsi utama media massa tersebut. Karena itu media massa juga berpotensi untuk menjadi sarana pendidik politik bagi masyarakat luas, melalui beragam program acara yang ditayangkan. Sayangnya kepentingan-kepentingan media demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya kemungkinan besar mengabaikan fungsi utama media tersebut. Penjelasan Daniel Biltereyst (2008) tampaknya menguatkan kenyataan bahwa media lebih banyak mengutamakan keuntungan. Biltereyst (2008: 2824) menjelaskan bahwa usaha media menggunakan beragam cara demi memenangkan persaingan di pasar oligopolis. Hal itu menjadikan media massa cenderung mengabaikan fungsi-fungsi utama media tersebut, hingga mengabaikan kepentingan masyarakat pengguna media. Padahal keberadaan semua fungsi media menjadikan media massa bisa bergerak secara baik demi melayani

masyarakat. Ketika masyarakat sudah memiliki pemahaman yang mendalam tentang fungsi dan peran media, mereka dapat menggunakan media untuk menyampaikan aspirasi kepada pemerintah.

Dengan kata lain, masyarakat dapat dengan mudah menyampaikan pesan serta pendapat kepada pemerintah atau lembaga pemerintahan tertentu, sementara pemerintah atau lembaga pemerintahan dapat menyampaikan tanggapan terhadap pesan tersebut dengan mudah. Nampaknya, model komunikasi tersebut menimbulkan arus informasi yang memungkinkan masyarakat dan pemerintah menyampaikan beragam pendapat terkait dengan isu pemerintahan, sehingga diharapkan mendukung munculnya pemerintahan yang baik (*good governance*).

Good governance secara sederhana tidak hanya dimaknai sebagai pemerintahan yang baik, tapi juga didefinisikan sebagai usaha untuk mewujudkan pemerintahan yang baik, keterbukaan informasi, penegakan hukum, dan usaha maksimal untuk melawan korupsi (Rothstein dan Teorell, 2012: 13). Hal itu menunjukkan bahwa *good governance* berhubungan erat dengan semua aktivitas pemerintah untuk menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat. Karena masyarakat bisa memberikan informasi, dan aspirasi yang baik kepada pemerintah demi tercapainya bentuk pemerintahan yang baik. Karena itu *good governance* bisa diwujudkan bersama-sama dengan proses demokrasi yang baik, karena demokrasi memberikan landasan bagi munculnya kebebasan berpendapat bagi semua anggota masyarakat. Dengan demikian demokrasi kemungkinan besar tidak membenarkan sikap memaksakan kehendak, namun lebih banyak mendukung sikap untuk saling menghormati pendapat orang lain, selama pendapat tersebut diberikan serta disampaikan dengan cara yang baik diiringi dengan sikap saling menghormati.

Menariknya, usaha maksimal mencapai *good governance* tampaknya didukung oleh perkembangan internet. Internet saat ini memberikan kesempatan besar bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi atau pendapat secara bebas, karena internet secara umum bisa digunakan oleh semua anggota masyarakat.

Karena itu internet kemungkinan besar bisa menjadi ruang publik, yang memungkinkan semua anggota masyarakat menyalurkan aspirasi atau pendapat, sehingga diharapkan mendukung terwujudnya proses demokrasi yang baik. Daya Khissan Thusu (2008: 1860) mengutip pendapat Silverstone (2007) yang menjelaskan bahwa internet saat ini menjadi ruang publik termediasi, yang memungkinkan individu menyampaikan aspirasi secara bebas pada skala yang lebih luas (internasional). Hal itu menunjukkan bahwa internet memberikan dukungan kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya, yang mungkin akan mendorong munculnya pemerintahan yang lebih baik.

Konsep tersebut apabila diimplementasikan dalam sebuah riset yang berkaitan erat dengan perkembangan sebuah teknologi internet maka akan nampak pada berbagai permasalahan social yang juga melibatkan pemerintah. Dalam kasus di wilayah Kota Malang misalnya, sektor pariwisata di Kota Malang menjadi salah satu perhatian khusus yang tidak pernah luput dari pengawasan masyarakat dan kalangan akademisi. Kota Malang menyimpan potensi yang sangat bagus untuk terus dikembangkan, bahkan tidak menutup kemungkinan akan menjadi tujuan wisata baik domestic maupun mancanegara. Untuk mewujudkan hal tersebut, peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam rangka menuju Kota Malang yang memiliki daya tarik wisata.

Salah satu sektor yang paling krusial dalam memberikan informasi terkait dengan objek wisata di Kota Malang tentunya adalah website Dinas Pariwisata Kota Malang. Keberadaan website tersebut menjadi sebuah tolok ukur mengenai bagaimana peran pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata dan kemudian menyampaikannya kepada masyarakat. Proses terbentuk awareness masyarakat terhadap potensi wisata kota Malang, tergantung dari peran pemerintah pula. Dengan memberikan sebuah informasi terkait objek wisata yang ada di Malang, maka harapan akan terbentuknya suatu kesadaran mengenai potensi yang dimiliki oleh kota Malang dari masyarakat akan terbentuk.

Permasalahan yang kemudian muncul dalam

riset kali ini adalah mengenai aspek website tersebut. Masih banyak ditemukan beberapa hal yang dirasakan perlu untuk ditingkatkan. Salah satu poin penting disini adalah mengenai eksplorasi objek pariwisata di Kota Malang dan bentuk website yang informatif. Konsep website yang informatif dalam hal ini tentunya adalah membentuk website yang memberikan informasi menyeluruh, rapi, dan memenuhi kebutuhan bagi siapa pun yang mengunjungi website tersebut untuk bisa mengenal lebih jauh mengenai wisata di Kota Malang. Namun dalam perkembangannya, keberadaan website tersebut seolah tidak memiliki kekuatan informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pariwisata. Padahal, pada kenyataannya, dalam satu decade terakhir, pengguna internet telah meningkat dengan pesat. Hampir semua kebutuhan masyarakat terpenuhi melalui internet. "Internet yang merupakan ruang digital (digital space) baru ternyata benar-benar dianggap telah menciptakan ruang kultural (cultural space) baru bagi generasi abad ke-21." (Ibrahim, 2011).

Dengan memperhatikan pesatnya perkembangan teknologi di masyarakat, pemerintah selayaknya perlu untuk menanggapi serius permasalahan ini. Perlunya suatu inovasi lebih untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dalam beberapa aspek. Dalam skala yang lebih kecil, pemerintah Kota Malang perlu untuk meningkatkan beberapa potensi yang ada di Malang, salah satunya aspek industri pariwisata. Masyarakat pengguna teknologi dapat dikatakan memenuhi kebutuhannya dengan teknologi pula. Bahkan dalam tataran untuk membuat suatu keputusan, masyarakat juga menggunakan teknologi. Aspek media menjadi salah satu penyebabnya, yang sekaligus merubah pola kehidupan masyarakat. "Terpaan media massa yang demikian kuat itu telah memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan, dalam keputusan sehari-hari masyarakat sering menjadikan informasi dari media massa sebagai referensi utama, tak terkecuali barang-barang yang dimilikinya." (Nurudin, 2017). Dengan melihat fenomena tersebut, tidak menutup kemungkinan, di masa depan semua hal yang berkaitan dengan aspek kebutuhan hidup akan ditentukan oleh media

dan teknologi.

Implementasi yang dilakukan oleh pemerintah selaku pemegang kekuasaan perlu untuk dikaji lebih lanjut. Dalam beberapa diskusi yang terjadi di kalangan akademis dan pemerhati pariwisata, keberadaan objek-objek wisata di Kota Malang perlu mendapat perhatian lebih, khususnya aspek perawatan dan publikasi. Tidak dipungkiri lagi bahwa Kota Malang cenderung menjadi "transit" bagi wisatawan untuk menuju ke daerah wisata lain, misalnya Kota Batu maupun Kabupaten Malang, yang memang memiliki objek wisata yang lebih menjanjikan. Permasalahan yang melingkupi aspek wisata di Kota Malang hingga saat ini terletak pada kurangnya manajemen dalam membenahi aspek informasi tersebut. Karena dengan membenahi salah satu sektor informasi tersebut, dapat meningkatkan daya tarik wisata di Kota Malang. Selain itu, konsep e-government yang diusung oleh Pemerintah Kota Malang dapat menjadi salah satu sektor penguat dalam wilayah kajian komunikasi public.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Ada beberapa tinjauan pustaka yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Diawali dengan sejarah awal mula internet masuk ke Indonesia, perkembangannya sebagai media komunikasi hingga mendukung terciptanya demokrasi politik di masyarakat. Selain membahas bagaimana internet memberikan perubahan dalam tata kehidupan masyarakat sehari-hari, penulis juga menggunakan Teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) yang mana teori ini berfokus pada bentuk-bentuk komunikasi yang ada di dunia maya (internet). Teori ini juga melihat bagaimana individu memainkan peran dengan pertukaran simbol dan lambang yang dipahami oleh masing-masing pelaku komunikasi tersebut. Teori CMC ini menjadi komparasi teori dengan Teori Pengolahan Informasi Sosial yang bertujuan untuk melihat bagaimana masyarakat mengolah informasi dan menyampaikan informasi tersebut melalui *website*.

Hadirnya suatu teknologi tentunya akan memberikan dampak yang signifikan dalam dinamika sosial masyarakat masa kini. Perubahan yang terjadi tidak hanya dalam bentuk

berkomunikasi, namun sampai menyentuh tataran perubahan pola pikir dan budaya. . “Memang, perubahan teknologi selalu menjadi hal yang krusial dalam sejarah transmisi budaya ; ia merubah hal-hal yang mendasar, termasuk alat produksi dan resepsi yang menjadi tempat bergantungnya proses transmisi budaya.” (Thompson, 2015 : 280).

Internet, Politik dan Perubahan di Indonesia

Ketika penelitian ini ditulis, jumlah pengguna internet (*netizen*) mencapai 137 juta. Data ini dikutip dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang bekerja sama dengan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia. Jumlah *netizen* meningkat 23 persen dibanding tahun sebelumnya yang berjumlah 71.9 juta pengguna. Dengan demikian, kami melihat bahwa ada penetrasi *netizen* yang cukup signifikan dari posisi 28.6 persen menjadi 34.9 persen. Adapun mayoritas pengguna internet di Indonesia banyak didominasi oleh usia 18-25 tahun dengan aktivitas yang mereka lakukan adalah mencari informasi (*browsing*) dan membuka media sosial yang mereka miliki. Melihat angka jumlah pengguna internet tersebut membuat Indonesia masuk dalam daftar negara-negara dengan pengguna media sosial terbanyak, bahkan ada yang menyebut sebagai ‘Negara *Twitter*’ dan ‘Negara *Facebook*’.

Berkaitan dengan hal tersebut, posisi perkembangan media dan teknologi selalu berjalan beriringan. Hadirnya masyarakat cyber juga menjadi sebuah penanda bahwa kebutuhan akan informasi dalam dunia teknologi perlu dipenuhi. Implementasi dalam hal ini adaah sinergi antara masyarakat dengan pemerintah dalam dunia komputerisasi. Aspek yang menjadi sorotan dalam hal ini adalah peran pemerintah dalam membentuk dan menginformasikan aspek pariwisata di Kota Malang. Peran kota sebagai sebuah wadah terjadinya interaksi dan segala bentuk dinamika sosial menjadi pandangan tersendiri terkait dengan kajian mengenai konsep sosial dan masyarakat. “Perkembangan abad informasi, digital dan cyberspace dewasa ini telah mengubah potret kota. Kota arsitektur kini telah berubah menjadi kota digital atau kota informasi, yang relasi dan komunikasi antar manusia di dalamnya tidak lagi

berlangsung secara alamiah, tetapi lewat mediasi teknologi digital” (Piliang, 2011 : 231).\

engan melihat pendapat tersebut, maka dapat dipastikan bahwa Kota Malang juga menuju kepada kota digital. Sebab, hampir semua sektor pemerintahan di Kota Malang sudah berbasis pada website. Keberadaan website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang membantu memberikan informasi tentang eksplorasi dan destinasi wisata di Kota Malang. Dengan meneliti dan mengkaji secara eksploratif, maka dapat diketahui bagaimana konsep e-government dan komunikasi public dapat berjalan secara efektif.

Dalam tulisan kali ini, metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis data kualitatif Miles and Huberman. Milies, Hubberman, dan Saldana (2014) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, terhadap tiga tahapan analisis data, pertama, *datacondensation*, dimana transkrip interview dan dokumen-dokumen terkait dilihat sebagai satu kesatuan teks data, kedua *data display*, dan ketiga *drawing and verifying conclusion*. Ke tiga tahapan tersebut bersifat interaktif, sehingga penelitian ini dapat memberikan data yang komprehensif, holistic, dan bersifat mendalam.

Dengan menggunakan metode tersebut yang diawali dengan pengumpulan data dari website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang, data dapat terkumpul untuk kemudian dianalisis secara lebih empiris dan mendalam. Sehingga bentuk komunikasi public terhadap potensi pariwisata di Kota Malang dapat diketahui secara lebih optimal.

TEMUAN DAN DISKUSI

Analisis terhadap website Dinas Pariwisata Kota Malang yang telah dilakukan memberikan hasil yang empiris dan mendalam. Ada beberapa aspek mendasar yang dapat diketahui: *Teknologi Komunikasi Visual*. Pada aspek ini, konsep analisis yang bisa dikembangkan berada pada tataran aspek visual dan keterkaitannya dengan teknologi. Pada gambar di bawah ini dapat diketahui bahwa konsep komunikasi publik dan *e-government* yang terbentuk adalah pada tataran awal adalah penekanan *eyecatching*. Dengan menekankan pada tataran visual yang merepresentasikan budaya

dan pariwisata Kota Malang, Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Malang telah melakukan konsep komunikasi public dan pemerintahan berbasis teknologi komputerisasi.



Gambar 1. Laman web Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang
Sumber : budpar.malangkota.go.id

Aspek Keterbukaan Informasi. Aspek yang selanjutnya adalah mengenai keterbukaan informasi bagi masyarakat Kota Malang maupun luar Kota Malang yang menginginkan informasi tentang wisata di Malang. Sebagaimana terlihat dalam laman web budpar.malangkota.go.id tampak fasilitas informasi yang tersedia bagi pengunjung web untuk melihat informasi tersebut. Dengan menitikberatkan pada aspek keterbukaan informasi tersebut, posisi laman web ini tidak hanya sebatas menyajikan informasi, namun juga memberikan penjelasan mengenai daerah wisata tersebut kepada para konsumen, dalam artian para wisatawan.

Pada laman web tersebut juga memberikan informasi terkait dengan hal-hal yang dibutuhkan para informan tentang objek wisata. Tidak hanya mengenai objek wisata saja, bahkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang, melalui web nya juga menyajikan informasi mengenai event ataupun hal yang terkait dengan duta wisata Kota Malang yaitu kakang dan Mbakyu Kota Malang.

Aspek Literasi Media dan Masyarakat. Aspek yang selanjutnya lebih menekankan kepada pemahaman para pengguna website tersebut dalam mencari informasi terkait dengan konsep literasi. Berdasarkan informasi yang diperoleh, penggunaan laman web ini dalam rangka mencari informasi masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan, masyarakat masih lebih menyukai untuk bertanya langsung kepada warga lokal, maupun mereka

sudah mengetahui sendiri perihal daerah wisata tersebut.

Hal ini menjadi suatu permasalahan karena keberadaan web tersebut ditujukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara lebih mendalam, mengenai daerah wisata tersebut. Selain itu, kemunculan situs web yang lebih menarik dan atraktif (ditunjang juga dengan keberadaan media sosial yang memberikan informasi mengenai daerah wisata Kota Malang), juga menjadi salah satu aspek yang menyebabkan web Pemerintah Kota Malang ini kurang dimanfaatkan. Hal ini menjadi catatan bahwa pemerintah kota Malang perlu untuk meningkatkan kualitas web tersebut dalam rangka memberikan *service excellent* (pelayanan prima) kepada masyarakat Kota Malang.

Selain itu, literasi media masyarakat kota Malang perlu untuk ditingkatkan. Karena dalam rangka mewujudkan pelayanan prima berbasis teknologi, berbagai bentuk kebijakan dan aturan yang diterapkan oleh pemerintah, khususnya pemerintah kota Malang, sudah menggunakan teknologi media yang berbasis komputerisasi.

Dengan melihat penggambaran dan sajian data di atas maka kita bisa melihat gambaran secara empiris yang lebih mendalam. Konsep teknologi yang diimplementasikan dalam bentuk pemerintahan di atas menjadi sebuah gambaran bahwa saat ini Kota Malang sudah menuju pada konsep e-government. Aspek pariwisata yang menjadi fokus dalam riset ini merupakan bukti dan penggambaran bahwa pemerintah Kota Malang sudah mulai berkomunikasi dengan masyarakat, terkait dengan aspek pariwisata, dalam bentuk teknologi computer. Pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat Kota Malang juga berdasarkan pada kajian komunikasi public. Selain aspek pemanfaatan layanan public yang dilakukan masyarakat Kota Malang, pemerintah juga perlu memperhatikan mengenai kebutuhan akan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Apabila ditarik lagi pada sebuah kajian mengenai perkembangan teknologi, kita dihadapkan pada beberapa aspek. Aspek sejarah dan perkembangan teknologi, secara akademis juga perlu untuk dikaji. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah

mencapai pada tataran yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Everett M Rogers membagi era perkembangan tersebut menjadi empat, yaitu: *Writing Era, Printing Era, Telecommunication Era, Interactive Communication Era*.

Writing Era merupakan era atau masa di mana manusia mulai mengenal tulisan. Era ini, menurut Rogers, merupakan bentuk penemuan aktualisasi diri manusia yang menemukan cara berkomunikasi baru dengan menggunakan symbol-simbol yang disebut huruf. Orang Mesir kuno menggunakan lambang-lambang yang disebut *hieroglyph* sebagai bentuk komunikasi mereka melalui tulisan. Bangsa Cina juga mengenalkan tulisan pertama kali dengan menggunakan lambang-lambang tertentu. Perkembangan tulisan mengalami evolusi yang dinamis hingga kita mengenal huruf alphabet seperti sekarang ini.

Printing Era ditandai dengan penemuan mesin cetak oleh Gutenberg. Penemuan mesin cetak ini menandai dimulainya era teknologi komunikasi. Teknologi pertama yang menjadi batu loncatan adalah mesin cetak Gutenberg ini. Dengan menggunakan mesin ini, Gutenberg menyebarkan surat-surat pengampunan dosa yang kontroversial tersebut. Mesin tersebut kemudian berkembang menjadi mesin cetak surat kabar, di mana surat kabar pertama di dunia adalah *Penny Press*. Disebut *Penny Press* karena waktu harganya hanya 1 penny, dan berisi satu berita saja. Dengan ditemukannya mesin cetak oleh Gutenberg tersebut, perkembangan media massa menjadi pesat, terutama di bidang media cetak. Semakin hari media cetak semakin bertambah banyak. Berita yang dimuat dari yang awalnya berisi berita-berita keagamaan, pesan raja, mulai bertambah dengan dimuatnya berita-berita yang berkaitan dengan fenomena sosial. Hingga saat ini, media cetak yang kita nikmati setiap harinya merupakan hasil evolusi media cetak jaman dahulu. Koran menjadi seperti sebuah kebutuhan primer bagi masyarakat dunia modern saat ini.

Telecommunication Era merupakan era dimana perkembangan teknologi komunikasi mengalami jaman keemasan. Era ini ditandai dengan mulai ditemukannya alat komunikasi elektronik jarak jauh. Alexander Graham Bell menemukan telegraf

dan telepon, Guglielmo Marconi menemukan radio, dan Philo T Fansworth menemukan televisi. Penemuan televisi dianggap sebagai loncatan paling besar dalam dunia teknologi komunikasi, sebab televisi menjadi salah satu media massa yang paling digemari masyarakat karena mampu menghadirkan audio visual. Acara yang disajikan juga semakin beragam. Pada tahun 1928 *General Electronic Company* mulai menyelenggarakan acara siaran televisi secara reguler. (Ardiyanto, 2007 : 136).

Interactive Communication Era merupakan era terakhir menurut Rogers, di mana ini merupakan era pengembangan dari era telekomunikasi. Era ini ditandai dengan ditemukannya internet sebagai media baru (*new media*). Internet dikatakan sebagai new media karena sampai saat ini tidak bisa didefinisikan secara konkrit. Internet juga merupakan bentuk dari konvergensi media, yaitu dua bentuk media yang disatukan ke satu bentuk media. Era terakhir ini juga menandakan bahwa teknologi komunikasi semakin canggih.

Dalam implementasinya di masyarakat, perubahan perilaku masyarakat yang diiringi dengan terbentuknya system komunikasi yang baru, telah membawa sebuah perubahan pola pikir dan tindakan yang lebih berbasis pada teknologi. Hadirnya sistem internet dan media sosial dalam kehidupan masyarakat menjadikan dua aspek tersebut seolah menggantikan pola komunikasi yang telah terbentuk selama bertahun-tahun.

Dengan melihat penjabaran mengenai perkembangan teknologi tersebut di atas, kita telah disajikan bahwa adanya keterkaitan antara pola komunikasi masyarakat Kota Malang dengan konsep e-government yang telah bersinergi. Posisi pemerintah sebagai regulator dan yang bertugas untuk menjalankan aturan tersebut dapat terimplementasikan dalam sebuah kajian teknologi komunikasi. Aspek pariwisata kota Malang akan lebih tertata dan dapat digunakan sebagai tujuan utama yang dapat diandalkan untuk meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kota Malang melalui aspek wisata.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian tersebut diatas dapat

disimpulkan bahwa konsep Komunikasi Publik dan e-government dalam bingkai kajian perkembangan teknologi komunikasi dapat dilihat dalam berbagai macam aspek, salah satunya adalah konsep Pariwisata. Hal ini terlihat dalam web dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang. Dalam web tersebut telah terlihat bagaimana berbagai objek wisata di Kota Malang diinformasikan secara mendetail dan cukup informatif. Selain itu, aspek keterbukaan informasi juga terlihat dalam web yang dikelola oleh Disbudpar Kota Malang.

Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi juga memberikan pemahaman kepada kita apabila dikaitkan dengan konsep pemerintahan. Sebagai lembaga yang menangani aspek regulasi dan menjalankan kebijakan, tentunya akan menjadi sebuah sinergi yang efektif apabila konsep regulasi berjalan seiring dengan perkembangan pola komunikasi masyarakat. Dalam implementasi pada riset ini kita disajikan pada sebuah realita menarik mengenai aspek pariwisata dan model e-government di wilayah Kota Malang. Informasi terkait dengan objek wisata di Kota Malang disajikan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang secara efektif dan informatif. Ditambah dengan aspek literasi media yang dimiliki oleh masyarakat Malang yang sudah cukup tinggi, keberadaan website tersebut dapat membantu pengunjung yang menginginkan informasi secara lebih mendalam terkait dengan wisata di Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/ Impact. Pengantar Media Massa*. Penerjemah : Muhammad Irfan. Jakarta. Salemba Humanika.
- Biltreyst, D. 2008. *Media Conglomerates*. dalam Wolfgang Donsbach (editor) *The International Encyclopedia of Communication*: 2824-2830. Malden: Blackwell Publishing.
- Flew, T. 2002. *New Media, Anintroduction*. Melbourne: Oxford University Press.
- Ibrahim, Idl Subandy. 2011. *Budaya Populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta. Jalasutra
- Littlejohn, Stephen W, 2009 . *Teori Komunikasi Theories of Human Communication edisi 9*. Jakarta. Salemba Humanika.
- McNair, B. 2003. *An Introduction to Political Communication*. (third edition). London: Routledge.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. 2014. *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd Ed. USA: Sage.
- Nurudin, 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Dunia yang Dilipat. Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung. Pustaka Matahari.
- Rothstein, B. & Teorell, J. 2012. *Defining and Measuring Quality of Government*. dalam Soren Holmberg dan Jan Teorell (editor). *Good Government, The Relevance of Political Science*: 13-39. Cheltenham: Edward Elgar.
- Rubin, A. M. 2008. *Social Behavior, Media Effect on*. dalam Wolfgang Donsbach (editor) *The International Encyclopedia of Communication*. 4639-4644. Malden: Blackwell Publishing.
- Thompson, John B. 2015. *Kritik Ideologi Global*. Penerjemah : Haqqul Yaqin. Yogyakarta. IRCiSoD.
- Thussu, D, K. 2008. *Fourth Estate*. dalam Wolfgang Donsbach (editor) *The International Encyclopedia of Communication*. 1858-1862. Malden: Blackwell Publishing.